



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**INFOGRAFIAS E FOTOGRAFIAS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO NO  
JORNALISMO IMPRESSO E ONLINE**

**FERNANDA DE FREITAS TURINO**

RIO DE JANEIRO

2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**INFOGRAFIAS E FOTOGRAFIAS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO NO  
JORNALISMO IMPRESSO E ONLINE**

Monografia submetida à Banca de  
Graduação como requisito para obtenção  
do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**FERNANDA DE FREITAS TURINO**

**Orientador: Prof. Dr. Octávio Aragão**

RIO DE JANEIRO

2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Infografias e fotografias como fonte de informação no jornalismo impresso e online**, elaborada por Fernanda de Freitas Turino.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof. Dr. Octávio Aragão  
Doutor em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Amaury Fernandes  
Doutor em Ciências Sociais pelo Instituto de Filosofia e Ciências Sociais - UERJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Mario Feijó  
Doutor em Letras pela PUC-Rio  
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2011

## FICHA CATALOGRÁFICA

TURINO, Fernanda de Freitas.

Infografias e fotografias como fonte de informação no jornalismo impresso e online. Rio de Janeiro, 2011.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientador: Octávio de Aragão

TURINO, Fernanda de Freitas. **Infografias e fotografias como fonte de informação no jornalismo impresso e online.** Orientador: Octávio Aragão. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## **RESUMO**

O objetivo do trabalho é mostrar como imagens podem ser importantes meios de informação em publicações impressas e online que tradicionalmente tendem a valorizar mais o texto escrito formal para transmissão da informação. Evidenciar a interação entre texto e infográficos e fotografias com o intuito de facilitar a compreensão do leitor e também mostrar como esse leitor busca se informar através das imagens e como essas podem ser um eficiente meio de atração e um fator capaz de manter o leitor focado diante uma matéria. Há um enfoque no jornalismo científico que faz um uso extensivo de infografias para transmitir boa parte da sua informação de maneira acessível para o seu público. Por fim, mostrar como as imagens são um bom meio de aproximação entre leitor (de todos os tipos) e o jornalismo.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>2. INTRODUÇÃO DE ELEMENTOS NÃO TEXTUAIS NA IMPRENSA .....</b>	<b>4</b>
<b>3. A IMAGEM COMO INFORMAÇÃO: ILUSTRAÇÕES E FOTOGRAFIAS NA IMPRENSA .....</b>	<b>10</b>
3.1. A introdução da fotografia e sua importância para o jornalismo .....	12
3.2. A imagem digital no jornalismo .....	20
3.3. Infografia e jornalismo: Introdução de uma nova forma de informação .....	22
3.4. Infográficos no jornalismo científico .....	34
<b>4. OS DIFERENTES PROJETOS GRÁFICOS .....</b>	<b>39</b>
4.1. Variações de acordo com o público alvo .....	40
4.2. Publicações voltadas para o público infantil .....	46
<b>5. CONCLUSÃO .....</b>	<b>49</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo evidenciar a importância e crescente uso das imagens no jornalismo contemporâneo impresso e online, sejam essas imagens fotografias, ilustrações, gráficos ou infográficos, mas que tenham um caráter jornalístico, ou seja, tentem ser o mais objetivo e imparcial possível diante do fato noticiado. Elas devem acompanhar a reportagem e, em alguns casos, ser a própria matéria. Assim, o caráter jornalístico delas é essencial para que haja credibilidade na informação veiculada. O tema foi escolhido com o objetivo de evidenciar a importância do uso de imagens no jornalismo, desde que cumpram um papel informativo. Elas devem ser produzidas com compromisso jornalístico, assim como já acontece com os textos escritos formais.

Além de evidenciar essa importância o trabalho faz um pequeno histórico do uso das fotografias e infografias no jornalismo impresso e, posteriormente, no jornalismo digital com uso das novas tecnologias que possibilitaram mais rapidez na transmissão das notícias e também inovações na área técnica com maior possibilidade de criações fotográficas ou infográficas.

O segundo capítulo da monografia apresenta um panorama histórico da introdução das imagens no jornalismo impresso, mas não sem antes mostrar o surgimento da fotografia com Niépce, em 1806, a sua evolução com Daguerre em 1835 até chegar ao invento de Talbot que finalmente permitia a produção de cópias, além do menor tempo de exposição o que facilitou a produção das imagens e consequentemente a sua utilização na imprensa. O primeiro infográfico publicado em um jornal data do mesmo ano do invento de Niépce e foi publicado em um jornal de Londres e servia para mostrar de maneira mais visual e simples um assassinato.

No terceiro capítulo o trabalho desenvolve o papel das ilustrações e fotografias no jornalismo. Destaca-se a importância da fotografia e o surgimento da imagem digital e suas possibilidades. É evidenciado o importante papel dos infográficos na imprensa jornalística como uma fonte de informação diferenciada, especialmente dentro do jornalismo científico.

O quarto e último capítulo antes da conclusão mostra como as imagens são importantes independentemente do projeto gráfico e público alvo do jornal. O que muda é somente a forma de usá-las dentro da linha editorial e gráfica, com destaque para publicações voltadas para o público infantil.

Atualmente, o conteúdo de publicações jornalísticas não deve se limitar a considerar somente a parte textual, mesmo que ela seja, na maioria dos casos, a parte principal da matéria, aonde está contida a parte essencial da matéria. Um jornal que contasse somente com texto iria passar uma imagem de uma publicação atrasada e que não valoriza a inovação.

Antigamente, quando se falava em redação, as pessoas estavam se referindo aos que redigiam, escreviam. Nós tínhamos uma concepção de que redação eram as equipes que trabalhavam o conteúdo da revista e o conteúdo é visual e escrito. (...) O conteúdo de uma revista não pode ser só pensado em letras. (BUCCI apud TEIXEIRA, 2010:68)

Além de se criar um texto aparentemente cansativo já no primeiro contato do leitor com ele, como são os classificados que são lidos somente como uma busca, como se faz, por exemplo, com dicionários, por isso, não há a necessidade evidente de se usar imagens nesse tipo de texto em que o leitor não fará uma leitura do conteúdo completo por não haver necessidade. O que não deve ocorrer é o abandono de um texto por falta de interesse do leitor por ele ser cansativo visualmente, nesse ponto, as imagens fazem o papel de atrair e prender a atenção dos leitores ao quebrarem a monotonia heterogênea do texto escrito.

As imagens no jornalismo não devem ser trabalhadas apenas como meras ilustrações a fim de embelezar determinada publicação, mas devem ter compromisso com o jornalismo e trazer informações de maneira clara, objetiva e o mais imparcial possível. O uso de imagens sem compromisso com um viés jornalístico pode levar ao sensacionalismo.

Além disso as imagens servem como elementos de atração para assuntos que leitores não tem muita familiaridade, como é o caso do jornalismo científico, por exemplo. Ou para atrair leitores que não tem o hábito da leitura e assim, buscam boa parte da sua informação nas imagens publicadas, como é o caso de jornais populares que lidam com um público que, geralmente, tem poucos anos de estudo. Ou então, quando se trata do público infantil que ainda não está totalmente acostumado com a busca de informações através das palavras e assim valoriza as imagens como uma forma de fonte de informação. Dessa maneira, as imagens passam a cumprir não só um papel jornalístico, mas também, de certa forma, educativo.

Por isso, o trabalho de um infografista ou fotógrafo deve ser o mais próximo possível daquele do jornalista, a fim de manter o compromisso com os fatos ou



informações noticiadas. Ele deve ter consciência disso e, dessa forma, construir infográficos ou tirar fotografias que apresentem um ponto de vista o mais objetivo e imparcial possível.

Na infografia jornalística, esta construção narrativa não deve perder de vista a importância que cada elemento verbal e gráfico deve ter e aí a necessidade do autor de um infográfico estar sempre atento ao fato de que, como modalidade jornalística, cada elemento do discurso infográfico como uma peça da narrativa deve manter uma relação evidente com aquilo que se compreende como realidade. (TEIXEIRA, 2010:34)

Além disso, as imagens se tornam importantes elementos do jornalismo por serem elas as responsáveis por “guiar” o olhar do leitor através da página. São elas os primeiros elementos a serem notados, por serem naturalmente destacadas diante da mancha de texto escrito. Por isso, até mesmo o local da página que elas vão ocupar deve ser pensado de modo a melhor atrair a atenção dos leitores.

Dessa forma, as imagens se tornaram elementos essenciais para o jornalismo. Elas estão presentes no cotidiano da maioria das pessoas e de uma maneira bem intensa, são fotos de determinado evento (familiar ou não), ilustrações, gráficos, mapas, logomarcas, vídeos e mais. Elas estão tão presentes no cotidiano que podem não ser notadas, mas sua ausência será percebida, como se, por exemplo, houver um jornal sem fotografias na sua primeira página. E no jornalismo não poderia ser diferente, já que ele está também bastante presente no dia a dia dos seus leitores.

## 2. INTRODUÇÃO DE ELEMENTOS NÃO TEXTUAIS NA IMPRENSA

A história do homem é separada em pré-história e história e o marco dessa divisão é o advento da escrita. Mas antes mesmo de ser capaz de deixar sua história registrada em palavras, o homem já relatava seu cotidiano e acontecimentos importantes na forma de desenhos nas paredes das cavernas ou em pedras (os desenhos rupestres). Talvez por isso, a maneira mais fácil de comunicação impressa seja por meio de desenhos ou imagens, já que eles são a maneira mais simples de se deixar algo registrado. Uma pessoa não precisa ser alfabetizada para compreender uma mensagem passada por meio de imagens. Basta que ela tenha aprendido a perceber o que representam as imagens e essa é uma forma de associação mais intuitiva e natural para o ser humano. A associação das palavras com a realidade exige uma abstração que se consegue após um tempo considerável de treinamento e estudo formal. A associação das imagens com a realidade é muito mais óbvia do que a das palavras.

No princípio, era a imagem. Para autores como De Pablos (1999), Sancho (2001) e George-Palilonis (2006), a informação gráfica faz parte da cultura visual do homem desde os tempos das cavernas e as pinturas rupestres seriam uma prova disso.” (TEIXEIRA, 2010: 15)

Essa aparente facilidade, no entanto, não quer dizer que o espectador seja passivo diante da informação transmitida pelas imagens. Ele a interpreta assim como faz com textos escritos e assim constrói uma visão própria da realidade. O espectador reage diante das imagens e isso demonstra que de alguma forma ele se preocupou em interpretá-las e não simplesmente observá-las desprovido de interesses. É por isso que o trabalho de um designer (ou infografista) em um jornal não pode ser considerado como uma simples arte para ilustrar a matéria, ao criar um infográfico ele precisa estar atento a diversos fatores, dentre eles estão objetividade e parcialidade.

A leitura de textos pode ser também ativa e interpretativa, mas não é de todo intuitiva, pois para se ler letras e palavras o indivíduo precisa ter passado por um processo formal de aprendizagem. A leitura de imagens pode até se apurar com estudos, no entanto que possam tornar o espectador mais crítico, no entanto, os estudos só podem apurar essa visão, não verdadeiramente ensinar como se vê.

A visão é tida como o sentido principal, se não o fundamental, para a percepção da realidade e do mundo. *O Mito da Caverna* de Platão corrobora essa idéia, nele o

filósofo descreve uma situação na qual uma sociedade vive aprisionada em uma caverna e só consegue enxergar sombras da realidade, projeções dela, mas que consideram como se aquilo fosse o real. Até que em determinado momento um deles consegue escapar e ver a fonte daquelas sombras que acreditavam ser realidade, consegue assim ver o real, essa nova percepção só é possível através da visão. Ao voltar para a caverna ele conta aos seus companheiros tudo o que viu. Os outros não acreditam nele, pois preferem crer no que estavam vendo e o taxam como louco.

Com a prensa de tipos móveis de Gutemberg e o desenvolvimento da imprensa, o jornalismo também se expandiu até poder se tornar diário e com maior tiragem, já que o tempo de produção de impressos reduziu-se drasticamente. Assim como acontecia nos livros que contavam com ilustrações, os jornais também passaram a usar imagens. E antes mesmo de haver a introdução da fotografia, já se produziam imagens informativas que mais tarde se tornariam infográficos.

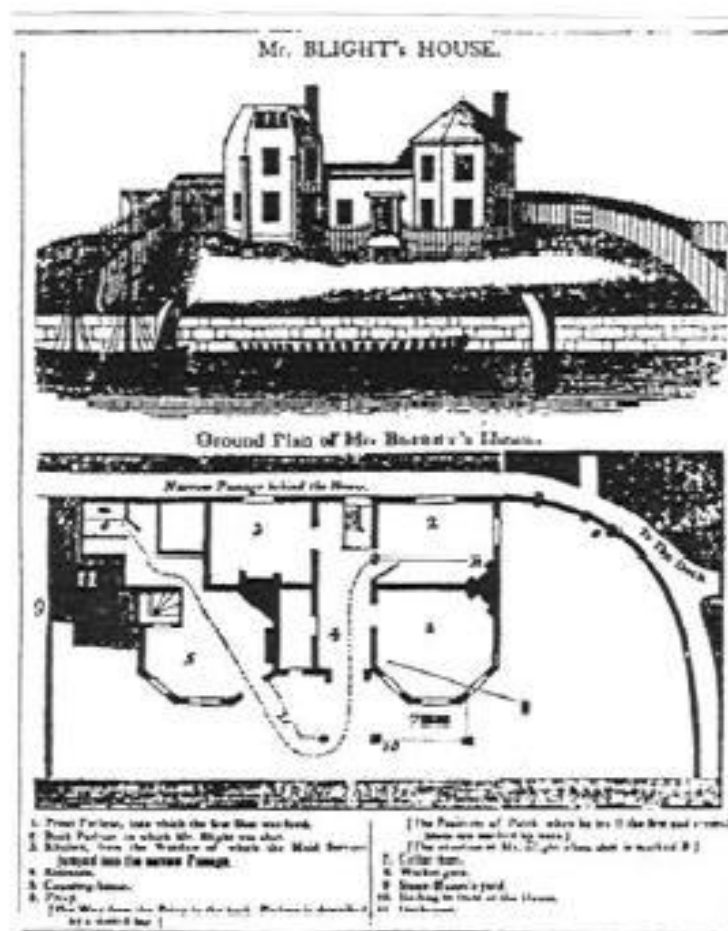
É natural, portanto, que o homem esteja mais propenso a prestar mais atenção em elementos visuais do que aqueles que são somente textuais. Além de uma imagem ser visualmente mais agradável de observar elas tendem a ser mais simples e objetivas que uma mancha textual.

Todavia, esses elementos não se valem por si só, eles devem dialogar com o texto presente nas matérias jornalísticas, ou mesmo com o conteúdo de livros ou outros textos ou então possuir conteúdo escrito próprio e que permita a compreensão total do infográfico. Foi a partir da necessidade de uma explicação além da contida nos textos que surgiram os primeiros infográficos que no começo eram bastante simples devido, em especial, as limitações técnicas da época. Uma outra característica das presença de imagens nas matérias é que elas tornam até mesmo a leitura mais atrativa, pois nossa atenção é muito mais facilmente atraída por um texto com ilustrações do que para um enorme texto sem nenhuma forma de quebra.

É importante, ainda, considerar que a linguagem fotográfica é eminentemente sensorial e sensitiva, embora o seu processo de produção exija uma certa racionalidade para a construção, leitura e absorção. Talvez por isso a fotografia, mais do que o discurso escrito, induza o receptor a uma imediata associação de ideias e sentimentos recorrentes à informação apresentada. E isso se dá sobretudo pelo papel que a visão desempenha no processo de aquisição de conhecimento no ser humano. (GURAN, 1999: 10)

O primeiro infográfico, da história da imprensa jornalística data de 1806. Foi uma publicação na capa do jornal *The Times* de Londres e que falava sobre o assassinato de um homem (Isaac Blight) e mostrava a planta da casa da vítima e mostrava o caminho percorrido pelo assassino, local onde o morto foi encontrado e trajetória da bala. Contava também com legendas numeradas que explicavam cada pedaço da infografia. Tentava assim representar visualmente o que havia acontecido. No *hard News* não há sempre espaço para o uso da infografia, mas em eventos de grandes proporções (como provavelmente foi o caso do assassinato do senhor Blight) percebe-se que há uso dela especialmente porque há uma maior demanda por explicações do acontecido e também há espaço para o uso dos infográficos.

**Figura 1: Casa de Mr. Blight: planta, trajetória do assassino, da bala e local onde de a vítima foi encontrada**



La casa de Mr Blight. *The Times*, Londres, 7 de abril de 1806

Fonte: TEIXEIRA, 2010: 17

Antes disso, o jornal, também londrino, *Daily Post* já havia publicado, em 1740 um mapa, porém ele não é considerado, por muitos autores, como um infográfico, pois não trazia nenhuma informação extra ao texto e não envolvia a interação textos e imagens. Todavia, não se pode ignorar a informatividade de um elemento como esse. Ele foi utilizado para facilitar o entendimento do leitor e isso acrescenta, de alguma forma, conhecimento. Mas foi somente em 1875 que os avanços técnicos e o surgimento da litografia<sup>1</sup> permitiram o maior uso de imagens e fotografias no jornal. Datam dessa época os primeiros mapas com indicações climáticas.

Não se pode esquecer da introdução das fotografias nos jornais, anos depois do primeiro uso de infografia em jornais impressos. A primeira fotografia da história surge com Joseph-Nicéphore Niépce (1765-1833) em 1806, quando finalmente se conseguiu manter a imagem captada através de uma câmara escura em um suporte físico e permanente, mas que ainda só produzia uma única imagem sem a possibilidade de produzir cópias.

Porém somente com Louis-Jacques Daguerre (1807-1851), em 1835, que esse processo se torna mais viável, seu invento, chamado de daguerreótipo diminuiu o tempo de produção das imagens de horas para minutos. Esse processo consistia em uma placa revestida de prata e sensibilizada com iodeto de prata que reagia à luz, depois de exposta por um tempo que giravam em torno de 15 a 30 minutos, a placa era revelada com vapor de mercúrio. O mercúrio reagia com o iodeto de prata sensibilizado pela luz e formava uma liga brilhante nas áreas claras da imagem. O resultado obtido era de um positivo com diversas tonalidades de cinza e muito sensível e que devia ser protegido do contato com o ar. Esse método não sobreviveu muito tempo, pois não permitia cópias nem ampliações, produzia imagens invertidas lateralmente e, além disso, o vapor de mercúrio era muito tóxico.

Somente em 1841 (essa é a data do seu registro em Londres, na verdade ele foi inventado alguns anos antes) com o surgimento do calótipo (também conhecido como talbótipo em homenagem ao seu inventor) de William Henry Fox Talbot (1800-1877) houve a possibilidade da produção de um número indeterminado cópias de uma mesma imagem, com o processo negativo-positivo que produzia uma matriz para ampliação da

---

<sup>1</sup> Técnica de gravura com a produção de uma matriz em pedra. Na litografia, o processo de impressão se dá através da repulsão da gordura e da água. O desenho era feito, na matriz, com materiais gordurosos e processada com materiais solúveis em água. Esse tipo de impressão não criava relevo e por isso também ficou conhecida pelo nome de planografia.

imagem que seria a verdadeira fotografia. Assim, a imagem final era tida em um suporte de papel e por causa disso era muito mais fácil de se manusear permitindo que fosse utilizada de diversas formas. Outra vantagem do calótipo em relação a invenção e Daguerre era que suas imagens não apresentavam a inversão lateral dos daguerreótipos e também, por estarem fixadas em papel e não em uma placa de prata, as imagens não apresentavam tantos reflexos como nas imagens produzidas pelos daguerreótipos.

Foi no mesmo século XIX que se introduziu a fotografia no jornalismo diário. Hoje em dia parece impossível imaginar que um jornal ou revista não utilize fotografias em suas matérias. Há hoje uma dependência de imagens.

E isso porque as imagens que possuem um peso praticamente ilimitado na sociedade moderna são principalmente as imagens fotográficas; e a razão de tal autoridade advém das qualidades peculiares às imagens que obtemos através da câmara. Essas imagens são verdadeiramente capazes de usurpar a realidade porque, antes de mais nada, uma fotografia é não só uma imagem (como é a pintura), uma interpretação do real – mas também um vestígio, diretamente calcado sobre o real, como uma pegada ou uma máscara fúnebre. (SONTAG, 1981: 148)

Pode-se, então, dizer que através das fotografias há a possibilidade de se interpretar o real. Transferindo isso para o fotojornalismo que sempre tenta capturar as imagens de maneira mais didática possível pode-se interpretar parte da notícia através da fotografia que a acompanha. Ela faz parte da compreensão global do evento em questão.

A primeira grande cobertura fotojornalística foi a de guerra, especialmente na Guerra da Criméia em 1855 com Roger Fenton que ainda passava uma ideia equivocada da guerra, pois retratava principalmente os soldados posando para serem fotografados. Mas também se destacam a cobertura da Guerra de Secessão, 1861, norte-americana e muitos anos depois a da Guerra Civil Espanhola, 1939, essa última representando uma grande mudança na forma de fotografar os conflitos bélicos com Robert Capa. Depois do advento da fotografia, todas as guerras passaram a ser documentadas dessa maneira, porém, as primeiras que se destacam como um marco na história da cobertura fotojornalística.

A Guerra do Golfo em 1991 foi um marco na infografia jornalística, pois nesse momento o uso de infográficos foi necessário para suprir a falta de fotografias, já que havia uma grande censura e as fotos do conflito eram escassas. Assim, os infográficos

foram a saída encontrada pelos jornais para inserir imagens informativas nas matérias. Os infográficos atuais, no entanto, não se limitam a substituir fotografias, mas podem eventualmente se aliar a elas para complementar a informação.

### 3. A IMAGEM COMO INFORMAÇÃO: ILUSTRAÇÕES E FOTOGRAFIAS NA IMPRENSA

É lugar comum afirmar que a fotografia e imagens em geral são uma extensão do nosso olhar. Elas estão bastante presentes no cotidiano e por isso estamos muito acostumados com sua presença. Atualmente, todo tipo de evento tem alguma forma de registro, mesmo que amadora. As câmeras digitais estão cada vez mais acessíveis e a maioria dos celulares já vem com câmera, muitos deles capazes de produzir imagens com uma boa qualidade. Dessa forma, os vídeos ou fotografias amadoras registrando acontecimentos de grande importância estão ocupando um lugar cada vez maior em telejornais, jornais e sites. Como é o caso do jornal *O Globo* que tem uma seção chamada Eu Repórter que conta com a participação de internautas enviando vídeos ou fotografias de sua autoria. Dessa maneira os leitores tem mais vontade de participar ativamente do fazer jornalístico enviando seus registros de algum acontecimento e assim, de alguma maneira, tornar mais real a experiência de ter participado do evento e também levar essa realidade que eles viveram para os outros leitores.

O número, cada vez maior, de pessoas que começam a ter acesso às técnicas de fotografia e também equipamentos melhores faz com que essas pessoas sejam espectadores mais críticos em relação ao conteúdo fotográfico ao qual tem acesso.

A fotografia, em especial, é um tema muito discutido em relação a sua representação do real, atualmente não há dúvidas de que ela não é o real, mas o representa de maneira bastante significativa e muito se aproxima dele. Por causa de sua técnica apurada, a fotografia se tornou uma das melhores, se não a melhor (talvez disputando com vídeos, mas que no fundo não passam de uma forma de fotografia em sequência), forma de representar a realidade.

A fotografia é uma extensão da nossa capacidade de olhar e constitui uma técnica de representação da realidade que, pelo seu rigor e particularismo, se expressa através de uma linguagem própria e inconfundível. Sendo a participação do autor (fotógrafo) balizada por uma técnica completamente vinculada às especialidades de uma determinada realidade, a foto resultante pode traduzir com bastante rigor a evidência da realidade. (GURAN, 1999: 15)

Antes da invenção da fotografia, cabia à pintura representar o real, porém, a participação do pintor era indiscutível. As imagens representativas criadas por eles não



pretendiam ser imparciais, mesmo que retratassem, do ponto de vista técnico, a realidade de uma forma fiel. A subjetividade é marca da arte, o artista deseja passar uma mensagem também com sua obra, no entanto, ele não tem nenhuma obrigação com a imparcialidade e objetividade.

Até o advento da primeira imagem analógica produzida pelo homem a partir da realidade exterior comum a todos, a humanidade só conhecia a imagem comprometida com a imaginação do artista, ainda que fosse cópia da realidade. O conteúdo desta imagem era necessariamente contaminado pelo seu autor, a quem se podiam atribuir erros e acertos, levando assim a uma credibilidade relativa do conteúdo apresentado. (GURAN, 1999: 105)

As fotos tinham a vantagem de unir dois atributos contraditórios. Suas credenciais de objetividade estavam embutidas. Contudo sempre tiveram, forçosamente, um ponto de vista. Eram um registro do real – incontroverso como nenhum relato verbal poderia ser, por mais imparcial que fosse – uma vez que alguém havia estado lá para tirá-las. (SONTAG, 2003: 26)

Está claro que nenhuma forma de narrativa é imparcial. Mas a fotografia se apresenta como aquela na qual a parcialidade do seu autor é menos significativa, especialmente pelo fato comentado por Susan Sontag, de que necessariamente o autor precisa ter vivido tal situação.

Com os infográficos a situação não é muito diferente, a preocupação dos responsáveis por construir as infografias deve ser a de produzir algo que seja fundamentalmente informativo. Outras características que se pode destacar é a narratividade, interatividade (presente nos infográficos presentes no jornalismo online) e simulatório, pois, como na fotografia, os infográficos são apenas representações da realidade, onde há uma grande preocupação em ser o mais próximo dela, da maneira mais imparcial possível. Para isso, certos elementos devem ser respeitados.

A partir da bibliografia especializada e da análise de mais de cinco centenas de infográficos publicados em diferentes meios impressos e cibermeios afirmamos que o infográfico é composto por elementos icônicos e tipográficos e pode ser construído por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e tipográficos e outros recursos visuais, inclusive aqueles mais abstratos e não necessariamente icônicos. (TEIXEIRA, 2010: 18)

Essa forma de se produzir infográficos apresentadas por Tattiana Teixeira evidencia o compromisso da infografia com a veracidade e precisão da informação, pois

não é qualquer forma de produção de imagens que pode ocupar espaço em uma notícia de maneira a não cair em simples forma de ilustrar sem informar. Ela deve se preocupar em seguir alguns padrões a fim de ser o mais confiável possível, pois, dessa forma, o leitor reconhece aquilo como uma verdadeira e confiável fonte de informação.

Os infográficos utilizam elementos para que essa confiabilidade seja possível, a escolha das fotografias que possam vir a ser utilizadas, os desenhos devem ser o mais fiéis possíveis a realidade e quando isso não é possível o uso de figuras icônicas é a saída, pois com o uso de figuras representativas o autor não corre o risco do erro de utilizar uma imagem errada. Nesse caso, elas devem ser o mais simples possíveis para que o espectador não faça uma associação errônea. Ao ver, por exemplo, um desenho de um boneco grande e outro pequeno (que sejam representados da forma mais simples possível, com cabeça, tronco, pernas e braços somente), o leitor será capaz de compreender que se trata de um adulto e uma criança.

Ou seja, uma imagem para alcançar o status de informativa, deve ser objetiva, pois evitando ao máximo a subjetividade minimiza-se também a possibilidade de se cometer erros.

### **3.1. A introdução da fotografia e sua importância para o jornalismo**

Apesar de a primeira guerra a ter sido documentada através de fotografias ter sido da Criméia, com Roger Fenton em 1855, quando se fala de fotografia de guerra, o primeiro nome que vem na cabeça da maioria das pessoas é o de Robert Capa. Esse fotógrafo húngaro de nome verdadeiro Endre Ernő Friedmann, cobriu cinco guerras diferentes, com destaque para seu primeiro trabalho durante a Guerra Civil Espanhola em 1936, criou a Agência Magnum (da qual participaram grandes nomes como Henri Cartier Bresson e David Seymour) e foi o primeiro a conseguir registrar os combates da guerra.

Antes dele, como já foi citado, os fotógrafos se focavam em retratar as paisagens de guerra, com a destruição causadas pelos combates. Nesse tipo de documentação a guerra parecia sim destruidora, porém de uma maneira estática. Essa era uma imagem errada desse tipo de acontecimento.

Suas fotos não escondiam os horrores da guerra, mostravam de maneira seca, precisa e até mesmo poética os horrores que esse tipo de conflito pode causar. E era vivendo esse cotidiano de sofrimento que Capa conseguia retratar tão bem o que era

uma guerra. O ponto de vista em uma fotografia é fundamental e Capa conseguia ter as melhores visões do conflito por compreendê-lo ao estar vivenciando o mesmo que muitos soldados viviam.

É bem verdade que antes de Capa, as fotografias de guerra já mostravam a destruição causada pelas ações bélicas e atingiam o público, mas sua maneira de fazer esse tipo de registro mudou a forma como as pessoas encaravam a guerra, mesmo de longe.

As fotografias de Robert Capa mudaram a forma de o público perceber a guerra, pois o que antes era visto como algo destruído e estático passava a ser algo dinâmico e destrutivo, a guerra de alguma maneira entrava no lar das pessoas e as impactava ainda mais do que na época da Guerra da Criméia.

Essa experiência iria se repetir anos mais tarde com a Guerra do Vietnã e atingir níveis ainda maiores com a transmissão pela televisão dos ataques a civis e crianças inocentes mudando a opinião pública sobre a real necessidade de se praticar uma guerra. Novamente a guerra entrava na casa das pessoas de uma maneira seca e extremamente realista, atingindo as pessoas de uma forma muito mais contundente do que se elas somente lessem o noticiário.

A fotografia de Capa teve um papel fundamental na forma de documentar a guerra. Especialmente o seu trabalho pioneiro durante a Guerra Civil Espanhola, foi por esse seu trabalho inovador que Robert Capa ganhou fama e seguiu a sua carreira na fotografia bélica. Suas fotos atingiam as pessoas por mostrarem momentos dramáticos e com isso informar as pessoas do que estava acontecendo no mundo naquele momento.

Para conseguir isso, como já foi citado, Capa vivia o cotidiano difícil de uma guerra. Foi assim que conseguiu retratar diversos momentos emblemáticos e que até hoje ainda representam os horrores de um embate bélico, ele se arriscava por saber que essa era a melhor maneira de informar seu público daquilo que estava acontecendo. Em muitos momentos o que o fotógrafo vivia não era muito diferente do que um soldado envolvido diretamente no conflito vivenciava. E uma das suas fotografias mais emblemáticas é *A morte de um miliciano* que retrata o momento exato da morte.

**Figura 2: *A morte de um miliciano* de Robert Capa. A foto retrata o momento exato da morte de um miliciano durante a Guerra Civil Espanhola.**



Fonte: [http://obviousmag.org/archives/2006/10/a\\_mais\\_famosa\\_f.html](http://obviousmag.org/archives/2006/10/a_mais_famosa_f.html). Acessado em: 19 de maio de 2011.

Com inegável valor estético e até mesmo de arte, a fotografia jornalística não se preocupa em somente ser agradável para quem a observa, mas sim captar tudo aquilo que mais importa e que de alguma maneira transmitir uma mensagem com algum valor jornalístico. Todo fotógrafo sempre se preocupa com o enquadramento de sua foto e sua composição, assim como fazia um pintor diante de sua tela. Um fotojornalista, porém, tem uma preocupação um pouco maior em relação a essa composição de sua imagem. Ele deve saber que tudo aquilo que ele exclui ou inclui terá resultados diretos na mensagem que deseja passar.

Diferente da fotografia de arte, na qual o autor quer mostrar o seu ponto de vista e deseja realmente ser subjetivo, a fotografia jornalística deve ser o mais imparcial e objetiva possível. Claro que uma imparcialidade absoluta é impossível, já que o ângulo, momento, escolha do enquadramento, ajuste focal, escolha da lente a ser utilizada e

outros elementos do fazer fotográfico são uma escolha do fotógrafo. Mas o fotojornalista sabe dessa sua condição e por isso tenta escolher a forma de fazer a fotografia que mostre o máximo de informação da maneira que suas escolhas influenciem o menos na forma do leitor a interpretar.

A fotografia, como qualquer outra atividade criadora, tem que responder a duas questões básicas que definem o conteúdo e a forma de sua produção: o que fazer e como fazer. No caso do fotojornalismo, o fio condutor da nossa reflexão, o conteúdo da foto, é o fato jornalístico (a notícia), e a maneira de fotografar que se busca é aquela que resulta em maior eficiência na transmissão da informação em pauta. (...) No fotojornalismo, como em qualquer outra utilização da fotografia, o que importa é a eficiência da foto em transmitir com clareza determinada informação. Deste modo, foto boa é foto eficiente. (GURAN, 1999: 10)

Dessa forma, no fotojornalismo, a escolha do momento a ser fotografado é essencial para a transmissão da mensagem. Pois é através dela que o fotógrafo será capaz de mostrar para o espectador a melhor (ou às vezes nem tão boa assim) representação da realidade daquele momento. Por isso, o fotojornalista deve se preocupar com tudo aquilo que ele deve tirar da fotografia, a fim de torná-la a menos poluída possível, para que sua compreensão seja feita de maneira fácil e intuitiva ao mesmo tempo em que decide o que deve ser inserido e valorizado em seu clique. Mas o olhar de um fotojornalista já está treinado para aproveitar melhor o momento a ser clicado.

É interessante notar que na produção criativa, como um todo, a composição é geralmente *aditiva*. Tomemos o exemplo da pintura, que durante milênios teve a seu cargo a representação plástica do mundo que nos cerca. Diante de uma tela vazia o pintor vai introduzindo elementos construtivos do quadro. Na fotografia a composição é *subtrativa* – diante de uma realidade determinada e visualmente prolixa, o fotógrafo vai eliminando elementos não essenciais para destacar a essência da sua mensagem plástica. Eis aí o grande divisor de águas, que nos faz atribuir maior abrangência ao termo composição no âmbito da fotografia. (GURAN, 1999: 13)

Quando a fotografia surgiu com sua captação precisa do real, ela rapidamente se tornou a ferramenta preferida para representa-lo. Além de ser mais rápida que as pinturas, elas eram mais precisas, pois sofriam uma menor interferência humana. Assim, no princípio, não se diferenciava aquilo que se via em uma fotografia da realidade, o

que, como já foi citado, não acontece mais nos dias de hoje. Atualmente, sabemos, que por mais próxima e parecida com o real uma fotografia seja, ela é apenas uma representação dele, mesmo que tenha sido feita para ter a menor interferência possível, ela ainda é produto da ação de um indivíduo.

Outro fator a se destacar no papel da fotografia no jornalismo é a de legitimação dos acontecimentos. Há, atualmente, uma certa dependência das imagens, uma espécie de “ver para crer” que determinado fenômeno (aqui pode-se incluir todo tipo de ocorrido como catástrofes naturais, assassinatos, revoltas entre outros) realmente aconteceu. Um bom exemplo a ser citado é o recente anúncio da morte do terrorista árabe Osama bin Laden pelo exército americano, no Paquistão, em abril de 2011. Muito se discutiu quanto a veracidade do fato, pois nenhuma espécie de imagem foi divulgada para comprovar que a morte realmente ocorreu.

A decisão do governo americano de não divulgar as supostas imagens de Osama bin Laden morto gerou muita desconfiança se a morte ocorreu realmente ou não. O fato de se tratar da morte do terrorista mais procurado do mundo só aumenta a necessidade do público por imagens para que tudo seja comprovado.

O surgimento de imagens de Osama morto manipuladas digitalmente foram motivo até mesmo de piada e que só aumentou a desconfiança na ação norte americana no Paquistão. A imagem que permanece no imaginário da população é a do terrorista vivo. Isso provavelmente irá permanecer enquanto não forem divulgadas as fotografias dele morto, mesmo que imagens desse tipo sejam em geral associadas ao sensacionalismo. Entretanto, nesse caso, o fato de ser a foto de uma pessoa morta não seria tão impactante diante da importância que ela traria ao legitimar o sucesso do ação, até porque, poderiam divulgar fotos de Osama já morto, mas sem as marcas da morte presumivelmente violenta que ele teve.

A fotografia fornece provas. Determinada coisa de que ouvimos falar, mas que nos suscita dúvidas, parece-nos comprovada quando dela vemos uma fotografia. (...) A outra variante da utilidade da câmara reside em que seu registro comprova. A fotografia pode constituir perfeitamente prova irrefutável de que certo evento ocorreu. A fotografia pode distorcer – mas sempre permanece a suposição de que algo semelhante existe ou existiu. Quaisquer que sejam as limitações (pelo amadorismo) ou pretensões (pela habilidade artística) do fotógrafo, a fotografia – qualquer que seja – parece relacionar-se de forma mais simples e, em consequência, mais exata com a realidade visível do que outros objetos miméticos. (SONTAG, 1981: 5)

Susan Sontag atenta para o fato de que a fotografia pode apresentar uma representação propositalmente distorcida, mas ressalta também que mesmo manipulada, uma imagem sempre conta o benefício da dúvida, já que permanece a possibilidade de algo semelhante ter acontecido. A manipulação de imagens tem se tornado algo arriscado, pois, atualmente, com a popularização da fotografia, cada vez mais pessoas tem acesso a programas de manipulação de imagens e começam a conhecer as ferramentas desse tipo de programa. As imagens digitais, ao mesmo tempo que facilitam que se realizem mudanças nela, facilitam também a descoberta dessas modificações, já que arquivos digitais guardam informações que comprovam possíveis mudanças na fotografia sem a necessidade de estar com a foto original. Já com a imagem analógica, era necessário ter em mãos o negativo para saber se havia alguma espécie de manipulação no original.

Sontag destaca também, em seu texto *Na Caverna de Platão*, a importância o papel da fotografia de denúncia. Para que uma denúncia seja considerada verdadeira, a fotografia pode ser utilizada como prova. Isso só faz evidenciar o valor legitimador da fotografia.

A notícia da morte de Osama parece estar incompleta com a falta de imagens que possam servir para ilustrá-la, não somente para servir de ilustração, mas sim como uma fonte secundária de informação dentro da matéria. Nesse caso, não deve-se considerar como imagens somente fotografias, mas também vídeos, pois eles também serviriam como um fator legitimador do acontecido. As imagens mostradas ao público (que mostram a casa por dentro com marcas de sangue, por exemplo) podem ajudar a dar alguma veracidade ao fato, mas ainda não são convincentes o suficiente, elas ainda deixam muitas dúvidas quanto a presença ou não do terrorista e consequentemente sua morte na casa atingida pela ação norte americana.

Mas essa busca incessante por fotografias para ilustrar e legitimar os acontecimentos causa um uso exagerado e errôneo das imagens, causando um sensacionalismo desnecessário em diversas situações. Em certos jornais mais populares, como por exemplo é o caso do Meia Hora ou Expresso, esse tipo de uso das fotografias é bastante comum para atrair o público alvo que em geral é formado por pessoas com poucos anos de estudo e assim apelam para o uso intenso de imagens para atraí-lo. Nesses casos é comum o uso de grandes imagens que ocupem boa parte da primeira página no jornal e em muitos casos são imagens com um tom bastante sensacionalista

para que, quando expostos na banca de jornal, essas publicações chamem mais atenção que as demais.

O que acontece nesses casos é que nem sempre há tanta informação contida nessas imagens, elas foram escolhidas simplesmente para chamar a atenção sem nenhuma preocupação com trazer novo conteúdo para a matéria que em geral já é bastante simplista.

Entendemos que nem tudo o que se vê – e que nos parece interessante de ser visto – é fotografável, ou seja, pode ser plasticamente traduzido de forma eficiente através da linguagem fotográfica. Por outro lado, uma das potencialidades da fotografia é destacar um aspecto particular que se encontra diluído em um vasto e sequenciado campo de visão, explicitando, através da seleção do momento e do enquadramento, o significado e a transcendência de uma determinada cena. (GURAN, 1999: 17)

O homem é um animal naturalmente curioso, no entanto, sua curiosidade às vezes o leva a ter gosto por situações degradantes ou chocantes. Nesse caso o que Guran comenta sobre nem sempre o tudo que se vê e parece ser interessante é fotografável é o que acontece. Já que muitas situações que podem ser consideradas não fotografáveis, por diversos motivos, são transformadas em fotografias de reportagem a fim, somente, de atrair o leitor pela sua visão.

Como já foi citado, esse tipo de situação é comum em jornais mais populares, aliás, é o que esperam seus leitores. O uso de uma imagem como uma forma de sensacionalismo pode não atingir o seu objetivo quando usada em jornais com outro tipo de público alvo. Como, por exemplo, é o caso do *O Globo* um jornal voltado para leitores mais instruídos e até mesmo mais críticos que ao publicar uma foto com destaque em sua primeira página (anexo 1), em 9 de abril, de uma criança morta na chacina ocorrida na Escola Municipal Tasso da Silveira, em 7 de abril, causou choque e repulsa por muitos leitores (a foto ocupava grande parte da capa e muito mais espaço que o texto que a acompanhava). Diversos leitores demonstraram sua indignação com a publicação de tal fotografia em redes sociais como o *Facebook* e *Twitter*. Tal atitude causou algumas discussões em torno do motivo que levou o jornal a utilizar tal imagem como fotografia principal da sua primeira página. Essa foto não cumpre seu papel como legitimadora do acontecido, pois centenas de outras imagens já o tinham feito, ela simplesmente ilustra a matéria, porém de maneira considerada exagerada e sensacionalista.



Fato piorado por se tratar de uma tragédia de enormes proporções e ainda envolvendo a morte de crianças. As pessoas, naquele momento, já estavam saturadas de imagens (vídeos e fotografias) e outras formas de informação sobre o assunto, como acontece com todo evento de grandes proporções. Telejornais exibiam matérias de longa duração e ocupando boa parte de sua programação sobre o massacre e o mesmo aconteceu com os jornais impressos que dedicaram até mesmo cadernos especiais para tratar do assunto.

Até mesmo o popular jornal Meia Hora, conhecido por suas manchetes exageradas, grosseiras ou com pitadas de humor e também de imagens enormes e com tom sensacionalista, não fez um uso exagerado dessa foto na sua capa em sua edição do mesmo dia (9 de abril de 2011). Havia fotografias dos velórios, mas ocupando pouco espaço e chamando muito menos atenção.

Uma coisa é sofrer, outra é conviver com as imagens fotografadas de sofrimento, o que nem sempre fortalece a consciência e a capacidade de compadecer-nos. (...) Mas à medida que nos expomos demasiadamente a determinada imagem ela se torna menos real. (SONTAG, 1981: 20)

Essa exposição exagerada que Sontag destaca em seu texto de anos atrás está muito mais acentuada hoje em dia. Porém a própria escritora mudou esse seu ponto de vista com o passar do tempo, é o que afirma em seu livro de 2003 *Diante da dor dos outros*.

No primeiro dos seis ensaios do livro *Sobre fotografia* (1977), afirmei que se um fato conhecido mediante fotos se torna sem dúvida mais real do que se tais fotos nunca tivessem sido vistas, após uma exposição repetida, no entendo, esse mesmo fato se torna também menos real. Na mesma medida em que criam solidariedade, escrevi, as fotos atrofiam a solidariedade. Isso é verdade? Achei que era, quando escrevi. Agora não estou tão certa. [...] Uma imagem tem sua força drenada pela maneira como é usada, pelos lugares onde é vista e pela frequência com que é vista. (SONTAG, 2003: 88)

Sontag fala que a frequência do uso de uma foto por si só não é capaz de torna-la menos impactante ou cair na banalidade. O que causa isso tudo é o mau uso das imagens que foi o que aconteceu no caso do jornal *O Globo* de 9 de abril de 2011. O uso da imagem a ser usada não foi muito bom, pois é uma imagem que choca, mas que

fora do contexto em que estava não diz muito, pois é somente mais uma foto de sofrimento.

O uso de imagens de cenas chocantes e de sofrimento pode ser válido, na medida em que acrescentam uma nova realidade para o espectador. Como aconteceu, por exemplo, com as fotografias de crianças queimadas por napalm fugindo diante de soldados que as ignoravam, na Guerra do Vietnam. As cenas eram muito chocantes, mas conseguiram atingir o público de uma maneira até mesmo positiva, pois assim, passaram a ficar sabendo o que acontecia durante a guerra, algo que a maioria dos espectadores jamais havia experimentado ou experimentaria.

Ver outras realidades muito diferentes da que algumas pessoas estão acostumadas pode causar desconforto, mas não por mostrarem fotografias de puro sofrimento, mas por mostrarem que existem pessoas vivendo uma realidade muito difícil. Ao ver essas cenas, os espectadores podem tornar-se mais críticos e até mesmo solidários como destaca Susan Sontag. Esse uso de imagens chocantes é positivo, pois pretende fazer com que surja algum tipo de atitude capaz de muda-la, já que as imagens chocam muito mais que as palavras, nesses casos.

### **3.2. A imagem digital no jornalismo**

Desde seu surgimento no século XIX a fotografia sofreu diversas mudanças, no que diz respeito a forma de fotografar, o que fotografar, quem é capaz de fotografar e outros aspectos, mas principalmente em relação ao seu aparato técnico. E pode-se destacar o surgimento da fotografia digital como uma das mais, se não a mais, importantes mudanças na história da fotografia contemporânea, como aquela que causou mais mudanças e talvez até danos em relação ao fotojornalismo e o compromisso com a veracidade.

O surgimento de câmeras portáteis foi, sem dúvida, um grande marco que permitiu que o fotógrafo pudesse se locomover e assim se aproximar mais do objeto ou cena fotografada. Outro grande avanço foi de filmes mais sensíveis que permitiram o menor tempo de exposição e assim maior rapidez na captação das imagens. Surgiram as câmeras instantâneas que produziam as fotos no momento do clique, mas elas não tinham tanta qualidade e nem boa durabilidade, com isso não significaram um grande marco na história da fotografia.

Já o surgimento das imagens digitais foi um verdadeiro grande acontecimento fotográfico. Ele permitia não só uma instantaneidade no momento de fazer a imagem, mas também pulava etapas na hora de diagramar o jornal, com ela não era mais necessário o processo de digitalização, revelação ou ampliação da fotografia. A partir desse momento, bastava transferir as imagens do cartão de memória para o computador e assim a foto já estava disponível para uso no jornal.

(...) é indiscutível que a imagem digital e os procedimentos que permitem tratar digitalmente uma imagem qualquer, inclusive fotográfica, são de enorme utilidade para a mídia impressa e representam um grande avanço, que pode e deve ser usado no sentido de democratizar a informação. Antes de mais nada, esta nova tecnologia veio facilitar a oferta de imagens, através da possibilidade de difusão instantânea e a custo menor da ‘foto informativa’, já que do repórter para a redação e desta para a oficina, a coisa pode se passar com a mesma rapidez e eficiência. No caso da tomada digital de imagens, ganha-se ainda um tempo preciosíssimo ao se evitar o processo de revelação química do filme e ampliação da fotografia. (GURAN, 1999: 107)

Apesar de toda a facilidade e rapidez que a fotografia digital traz, ela também permitiu que as imagens por ela produzidas fossem manipuladas mais frequentemente. Atualmente, a manipulação de imagens tornou-se mais fácil e também mais precisa que nos primórdios da fotografia. A possibilidade de se modificar as imagens captadas já existia com a fotografia analógica, durante a sua ampliação, mas essa forma de manipulação exigia um conhecimento de laboratório que não era tão difundido assim, além de contar com certa habilidade manual. Além disso, era um processo muito mais difícil e trabalhoso do que aquele realizado através de *softwares* em arquivos digitais sem nenhum suporte físico.

Vale ressaltar que há a diferenças entre manipulação e tratamento de imagens. A manipulação envolve a mudança em elementos essenciais do conteúdo da mensagem fotográfica e a inclusão de outros elementos que não poderiam ter sido obtidos no momento em que a fotografia foi feita. Esse tipo de prática pode resultar em problemas jurídicos, caso seja usada no jornalismo como uma fonte de informação.

O tratamento, por sua vez, envolve somente ajustes que visam melhorar a compreensão da fotografia e não modificam assim sua mensagem. Ao tratar uma foto, o fotógrafo só mexe em elementos que poderiam ter sido mais bem aproveitados no momento do clique (como por exemplo, melhorar a luz, o contraste, ajustar o

enquadramento ou retirar uma cor que possivelmente esteja em excesso para que a imagem fique o mais próximo possível da cena fotografada, representando, assim, de uma maneira melhor, a realidade) e não inventa novas informações, não altera a sua essência. Tratar uma foto é quase sempre necessário para que ela esteja melhor apresentável, compreensível e até mesmo com uma aparência mais profissional e assim se assemelhe mais com a realidade que foi retratada.

Uma grande diferença entre a imagem analógica e digital é que a primeira possui uma matriz que é o negativo e que é a prova da imagem original sem manipulações. Já a imagem digital não possui uma imagem matriz palpável, somente o arquivo digital original. Isso pode causar certa desconfiança quanto a veracidade das imagens, já que pode ser que não se tenha acesso a imagem original, sem algo físico fica mais difícil provar a originalidade de alguma fotografia. Porém, mesmo dessa forma, a tecnologia digital permite que se note que o original foi modificado mesmo que não se tenha acesso direto ao original da imagem.

Mas, como já foi comentado, com a tecnologia atual é possível saber, através de rastros digitais, que a imagem foi manipulada e até mesmo acessar a original, mesmo que tais modificações tenham sido feitas no arquivo original. Por isso, quem manipula as imagens corre riscos de ser descoberto e assim a publicação na qual saiu a imagem manipulada pode perder credibilidade.

### **3.3. Infografia e jornalismo – Introdução de uma nova forma de informação**

Muitos autores apontam os manuscritos de Leonardo da Vinci (como, por exemplo, o que retrata o desenvolvimento de um embrião) produzidos no século XVI como os primeiros exemplos de infografia. No jornalismo, porém, o que muitos autores consideram como exemplo de uso de infográfico data do século XVII, mais especificamente em 1806, no jornal londrino *The Times* (figura 1). Considera-se infográfico jornalístico uma modalidade discursiva com a “presença indissociável de imagem e texto” (TEIXEIRA, 2010: 18) e que “pode ser entendida como um esforço de apresentar, de maneira clara, informações complexas o bastante para serem transmitidas apenas por texto.” (MORAES apud TEIXEIRA, 2010: 18)

Tattiana Teixeira define o que todo infográfico deve conter: “(1) título; (2) texto introdutório – uma espécie de *lead* de poucas linhas com informações gerais; (3) indicação de fontes, e (4) assinatura do(s) autor(es)”. Essa parte escrita deve se

complementar com as imagens de maneira equilibrada, de modo que um não se sobressaia tornando o outro dispensável, ambos devem ser igualmente necessários. O infográfico é uma narrativa e entende-se narrativa como uma forma de “relatar eventos de interesse humano enunciados em suceder temporal encaminhado a um desfecho” (MOTTA apud TEIXEIRA, 2010:33) que deve seguir algumas regras para que não seja confundido com uma ilustração descompromissada com o fazer jornalístico.

[...] ela [a narrativa] é construída a partir da inter-relação indissolúvel entre texto (que vai além de uma simples legenda ou título) e imagem que deve ser mais que uma ilustração de valor essencialmente estético, por exemplo, mas algo que tenha o propósito claro de contribuir para a construção e consequente compreensão plena desta narrativa. (TEIXEIRA, 2010:33)

Mais de um século depois da publicação do primeiro infográfico jornalístico é que eles se tornaram realmente populares. Foi na década de 80 do século XX que o uso de infografia nos jornais se popularizou em função dos avanços tecnológicos tanto na hora de fazer quanto na hora de imprimir o jornal. E um dos responsáveis por essa popularização foi o jornal americano *USA Today* que surgiu, em 1982, com um projeto gráfico inovador com uso de cores, mapas, gráficos e infográficos e de introduzir uma maneira fácil e simples de ler a notícia visualmente. É bem verdade que a informática e os modernos programas contribuíram muito para o maior uso de infográficos, mas antes deles já havia um esforço para se usa-los nos jornais. Especialmente a partir do momento que se percebeu a necessidade humana de se comunicar através de imagens, como faz desde o início de sua história. “Havia nascido a infografia, que não é de modo algum produto da era da informática, mas sim fruto do desejo da humanidade de se comunicar melhor, por deixar mais precisa as primeiras formas de comunicar.” (DE PABLOS, 1998, tradução livre)<sup>2</sup>.

O grande marco, porém na história da infografia foi a cobertura Guerra do Golfo, em 1991. As I e II Guerras Mundiais também foram noticiadas através do uso de infográficos, mas não na mesma medida em que aconteceu na Guerra do Golfo. Havia, na época, uma grande censura para evitar que fossem publicados vídeos e fotografias do conflito, então, a saída encontrada pelos jornais foi o uso regular de infográficos para ilustrar e explicar o conflito. Nesse momento, havia uma preocupação muito maior com

---

<sup>2</sup> “Había nacido a infografía que no es en modo alguno un producto de la era informática, sino fruto de los deseos de la humanidad por comunicarse mejor, por dejar más acuradas aquellas primeras formas de comunicar.”

a estética do que com o conteúdo. Atualmente, a preocupação com o conteúdo é tão, ou mais, importante que a com a estética. É claro que um bom infográfico precisa, necessariamente, se preocupar com a forma de sua apresentação para que sua compreensão seja fácil e não confunda o leitor.

Os gráficos sobre a primeira Guerra do Golfo estavam cheios de meias verdades, exageros e detalhes completamente inventados. Estilisticamente eram muito sofisticados: a qualidade das ilustrações alcançou níveis nunca vistos até então. (CAIRO apud TEIXEIRA, 2010: 23)

Hoje, publicações que buscam credibilidade devem se preocupar em ser éticas com tudo aquilo que publicam e isso inclui, obviamente, os infográficos. Eles devem trazer uma boa relação entre imagens e textos, a informação que trazem devem vir de fontes confiáveis para que não transmitam conteúdos que contenham erros. A super valorização do visual pode afetar a compreensão e trazer uma ideia de que a informação contida no texto escrito e também na parte imagética foi deixada de lado para que se sobressaísse o valor artístico do infográfico.

Um premiado infográfico interativo (uma característica comum aos infográficos do jornalismo digital) publicado na revista *Superinteressante* sobre como funciona a rotina do tráfico de drogas dentro das favelas<sup>3</sup>, permite que o leitor decida em que áreas deve clicar para conhecer as diversas divisões desse tipo de atividade criminosa. O infográfico, apesar de ser esteticamente muito caprichado e detalhado, peca um pouco no ponto do exagero na parte visual e estética. Há nele um número muito grande de informações (que inclui até mesmo sons e movimentos dos personagens da infografia) que podem distrair o leitor.

Talvez a intenção tenha sido representar como é a confusão de informações que pode-se encontrar dentro do ambiente da favela. Mas um infográfico deve ser representativo e não uma quase obra de arte. Além disso, o conteúdo parece não ter sido a principal informação. Ele não apresenta muitas novidades para o seu público, grande parte do conteúdo parece ter saído de um filme que fale sobre o tráfico de drogas no Brasil e não de uma apuração precisa dos fatos. Não há nele qualquer indicação de fonte ou de como tais informações foram obtidas. Um tema como esse não dispõe de uma bibliografia, mas poderia haver indicações de onde foram obtidas tais informações,

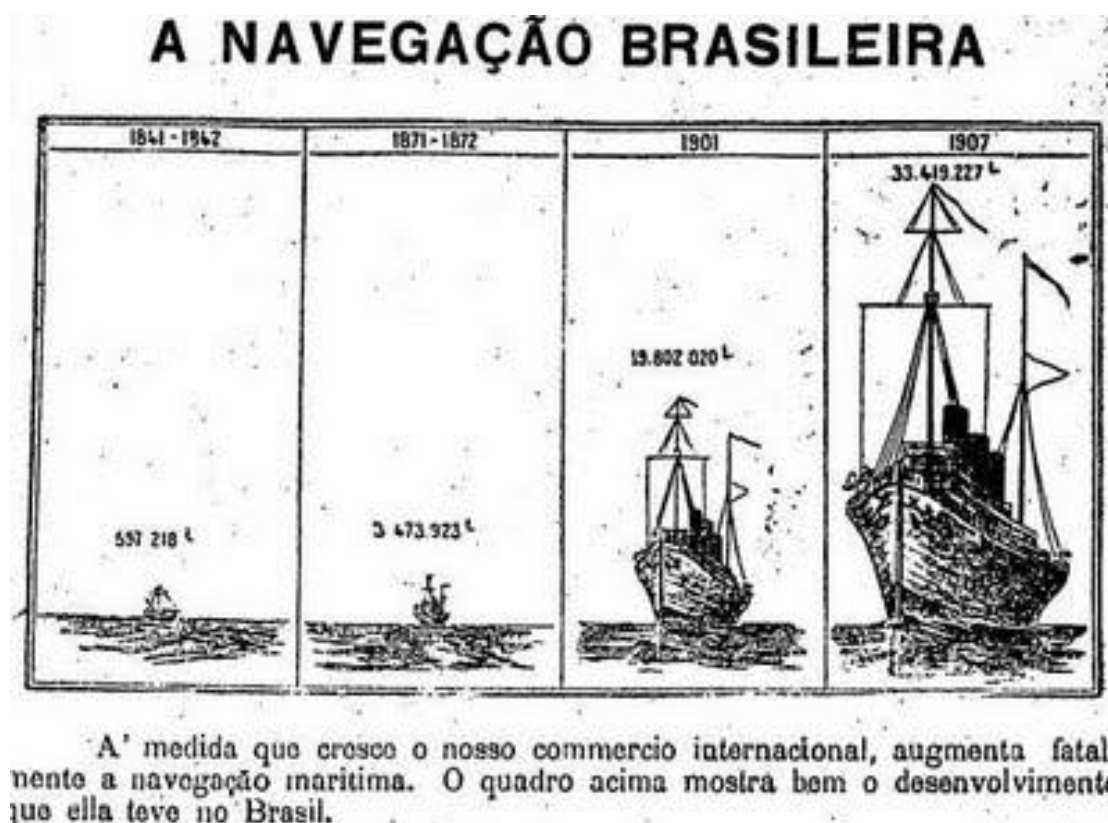
---

<sup>3</sup> Disponível em: [http://super.abril.com.br/multimedia/info\\_494266.shtml](http://super.abril.com.br/multimedia/info_494266.shtml). Acessado em: 18 de maio de 2011.

como, por exemplo, quem realizou a pesquisa. Essa falta de indicação, para um leitor mais atento, soa como falta de preocupação com a seriedade do infográfico e um apreço somente pelo visual do mesmo, já que o referido infográfico apresenta uma arte extremamente caprichada. Um leitor mais desatento ou crítico, no entanto, pode se deixar levar pela aparência.

Voltando ao histórico da infografia no jornalismo brasileiro o maior uso dos infográficos se deu na década de 90 do século XX, mas uma publicação de agosto de 1909, no jornal o *Estado de São Paulo* já fazia uso da infografia, mesmo que com um layout bastante simplista em relação ao que se tem atualmente (não que hoje em dia eles devam ser rebuscados, mas apresentam um layout um pouco mais desenvolvido no aspecto técnico), para mostrar a evolução do comércio internacional e sua relação com a navegação brasileira. Contava com o uso de imagens associadas a legendas e com o uso de diferentes tamanhos da embarcação para demonstrar o aumento desse tipo de comércio ao longo dos anos.

**Figura 3: A Navegação Brasileira publicado no jornal o Estado de São Paulo em agosto de 1909**



Fonte: (TEIXEIRA, 2010: 24)

A introdução e maior uso de infográficos no jornalismo aconteceu porque logo se percebeu a íntima relação, ou até mesmo dependência, do homem com a comunicação através das imagens. Os infográficos informam através de gráficos e imagens, por isso, sua aceitação por parte do público leitor foi grande e fácil, pois como no passado, o homem atual compreende melhor aquilo que vê em imagens. Hoje, em dia, é difícil imaginar um jornal sem fotos ou infográficos.

O homem moderno entende melhor o que vê que o que lhe contam e faz facilmente seu um novo modo de conceber ideias através de infografias. (...) o ser humano, ao comunicar-se com os outros através de infografias, não estão fazendo nada de novo que rompa com sua condição comunicativa anterior. Ele está fazendo o de sempre, posto que ao largo de toda a história se comunicou mediante representações visuais mais ou menos complexas. (VALERO SANCHO apud QUADROS, 2005)<sup>4</sup>

A primeira forma encontrada pelo ser humano de achar uma forma de perpetuar sua forma de pensamento foi aquela através de imagens. E mesmo com o passar do tempo e a evolução da maneira de se comunicar em suportes (seja ele a parede da caverna, o livro, jornal...) as imagens continuaram a ser uma das formas preferidas do homem de se comunicar.

A Igreja Católica encontrou em imagens a melhor maneira de se contar uma das histórias mais conhecidas da humanidade e o principal acontecimento da Bíblia para os católicos: a Paixão de Cristo. Em quase toda igreja é possível encontra-la contada em 14 quadros mostrando os diferentes momentos da *Via Crucis* e do sofrimento de Jesus Cristo. Foi dessa forma que essa história se difundiu até se tornar tão popular e importante para os seguidores da religião como é hoje em dia. Grande parte dos fiéis, no passado, era analfabeta, mas dessa maneira foram capazes de compreender o que aconteceu, segundo a Bíblia, nos últimos momentos de Jesus Cristo, foi uma relação boa para os dois lados, pois para a Igreja, era fundamental que tal história se difundisse. Além disso, as imagens de carregadas de um tom emotivo e sofrido causam um impacto e uma identificação que talvez não fosse alcançada se a história fosse contada com palavras.

---

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0508-1.pdf> acessado em 03 de julho de 2011.



Atualmente, as imagens continuam a ser consideravelmente importante mesmo que a publicação lide com um público letrado ou até com bastantes anos de estudo. Os infográficos (e também as fotografias) ocupam grande espaço dentro das publicações de todos os tipos, inclusive jornalísticas.

A infografia tem um papel fundamental no jornalismo, é somente através dela que certos conteúdos conseguem ser passados. Elas são feitas de forma didática, para que o leitor compreenda a mensagem mais facilmente do que se tal mensagem fosse passada através somente de um texto escrito. Nesse caso, eles seriam demasiadamente longos e cansativos, correndo grande risco de se tornarem confusos. Em certos casos não há outra saída se não utilizar um infográfico para explicar determinada situação da forma mais completa possível.

Isso pode ser notado principalmente dentro do jornalismo científico, onde é necessário transmitir a informação da maneira mais precisa e simples possível para o público, especialmente quando ele é formado por pessoas leigas não ligadas diretamente a área da ciência. Assim, os infográficos se mostraram uma importantíssima ferramenta para tornar a compreensão desse tipo de conteúdo mais fácil. Em uma matéria sobre *Mal de Alzheimer*, por exemplo, o uso de infográficos mostrando como a doença age no corpo humano (e para isso utilizar imagens esquematizadas mostrando as partes que são atingidas) ajuda muito na compreensão de como é a progressão da doença. Se houvesse somente texto essa compreensão poderia ficar prejudicada, já que sem os esquemas propostos pelos infográficos o texto tenderia a ficar bastante longo para que conseguisse transmitir toda a informação necessária.

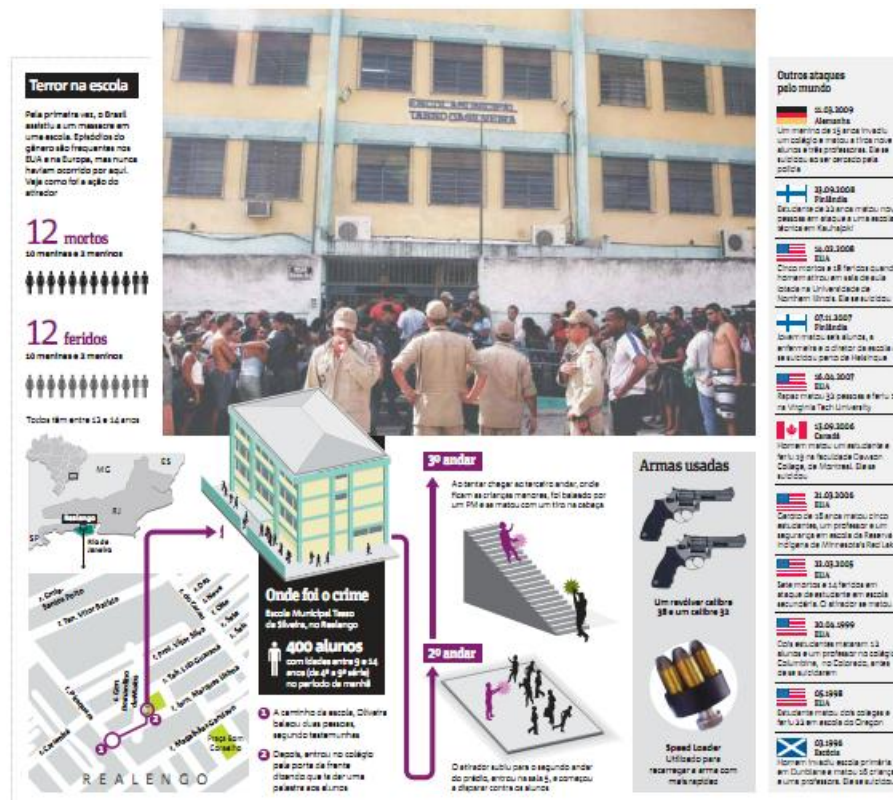
Os infográficos não estão presentes somente em matérias científicas ou frias, podem ser utilizados também no *hard news* em casos de eventos de grandes proporções, nos quais, há uma demanda por maiores explicações do acontecimento que foi o caso do primeiro infográfico publicado em um jornal, em 1806 no londrino *The Times*.

Recentemente, pode-se citar dois casos de matérias de *hard news* em que houve a necessidade do uso de infografia. Um deles foi o caso do voo 447 da Air France que caiu durante o trajeto do Rio de Janeiro para Paris, em 31 de maio de 2009 e que somente agora, em maio de 2010, conseguiu-se recuperar as caixas pretas e, com isso, ter acesso a informações que possam explicar a queda do avião. Para tentar explicar com detalhes como, possivelmente, aconteceu o acidente a saída encontrada pelos

jornalistas foi o uso de infográficos como, por exemplo, fez o site *Uol*<sup>5</sup>. Pois, nesse caso, as imagens fazem parte do papel de contar a narrativa, elas são responsáveis por representar o acredita-se que aconteceu durante a queda da aeronave, às palavras cabe a função de explicar os pormenores que as imagens não conseguem explicar.

Outro exemplo de uso de infografia no *hard news* foi o caso do massacre na escola de Realengo em abril de 2010. Muitos jornais usaram infográficos para mostrar como foi a movimentação na escola durante o massacre. Um caso interessante de se destacar foi esse uso no jornal *Metro Rio*, uma publicação conhecida por dispor de poucas páginas (e com isso espaço) e, por isso, ter de passar a notícia de forma dinâmica. Mesmo dispondo de pouco espaço a escolha do editor foi a de utilizar um infográfico (que conta com imagens iconográficas, fotografias, imagens, mapas e texto para representar a escola, pessoas, armamento utilizado e localização da escola de maneira equilibrada e simples) para melhor passar a informação mesmo que a infografia ocupasse uma grande parte da mancha gráfica da matéria em uma página dupla.

**Figura 4: Infográfico sobre a tragédia da escola de Realengo, extraído do jornal *Metro Rio* de 8 de abril de 2011**



<sup>5</sup> <http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/infografico/2009/06/01/veja-infografico-sobre-o-trajeto-do-voo-af-447-da-air-france.jhtm>. Acessado em: 29 de maio de 2011.

Fonte: Jornal *Metro Rio* (8 de abril de 2011), obtido na internet no link [http://metropoint.metro.lu/20110408\\_MetroRio.pdf](http://metropoint.metro.lu/20110408_MetroRio.pdf) (onde pode-se ter a visualização completa da página dupla em que o infográfico foi publicado). Acessado em: 29 de maio de 2011.  
Original colorido.

Pode-se perceber, portanto, que, apesar dos infográficos ocuparem grande parte da matéria, é possível até mesmo dizer que ele economiza espaço, pois conta em uma parte menor a mesma informação que se fosse dada somente na forma de texto ocuparia. Já que a parte escrita provavelmente precisaria ser grande para não deixar de passar alguma informação essencial e ainda correria o risco de se tornar prolixa e confusa o que poderia fazer com que o leitor desistisse de lê-la.

Dessa maneira, a infografia não é só capaz de atrair a atenção do leitor, mas também de fazer com que o leitor permaneça atento diante de determinada página. O infográfico traça uma linha narrativa que atrai o leitor.

O jornalismo já uma narrativa, mas que nem sempre demonstra esses traços. Já a infografia tenta se aproveitar desse caráter narrativo que possui para atrair o seu público, prender sua atenção para assim complementar a informação do texto escrito tradicional.

Por que digo isto? Porque uma infografia oferece as ferramentas para acabar com a fórmula clássica de fazer jornalismo: Informação = Título + Texto + Foto. Esta fórmula serviu durante muitos anos. Foi como um mecanismo de segurança para jornalistas de todos os tipos e condições. Nosso guia. O que, sem dúvida acabou por uniformizar a maneira de contar a realidade, submetendo-se às estreitas margens da narrativa textual. [...] O poder da infografia é imenso e significa literalmente que há um mundo de formatos a explorar. Em definitivo, a chave está tanto nas histórias que se contam – o segredo de sempre – e em como se contam. A novidade: adequar as histórias a uma narrativa. (ERREA apud TEIXEIRA, 2010:29)

Os infográficos, além de atraírem mais facilmente a atenção, por se tratarem de imagens que ocupam um espaço considerável na matéria, também podem poupar o tempo do leitor, pois guiam a leitura para aquilo que foi considerado mais importante pelo jornalista através da narrativa infográfica. Mas é também uma forma do leitor filtrar aquilo que pretende ler, através do infográfico, onde perde menos tempo de leitura, ele pode decidir se pretende ou não ler mais sobre o assunto.

Os computadores permitiram que os designers utilizassem novas técnicas gráficas sem o aumento significativo de custos (...) mas

algumas dessas características foram introduzidas nos jornais porque os leitores modernos são impacientes e esperam obter mais informação visual – por meio de fotos, gráficos, mapas, diagramas – tanto como através do texto. Uma coisa que os jornais ensinam é que todo elemento semântico deveria ser visualmente identificável para ajudar os leitores na sua localização. (KIRSH apud QUADROS, 2005)

Os infográficos podem ser qualificados como expressões gráficas com conteúdo que são fatos ou acontecimentos ou explicações de como algo funciona ou como algo é. Por isso, em muitos casos eles carregam informações cruciais na matéria e até mesmo dispensam a leitura do texto, caso o leitor não esteja disposto a gastar seu tempo lendo o total conteúdo da reportagem ou mesmo perceba que já está satisfeito com a informação adquirida após a leitura do infográfico.

As múltiplas visões em camadas exemplificam o poder especial dos diagramas, uma capacidade mostrar lugares ou atividades que nós somos incapazes de ver diretamente de um ponto de vista no mundo real. [...] Ilustrando sequências de ação e de pontos vistas escondidos, o diagrama faz o papel do olho ou a câmera ao exibir procedimentos. Também, os desenhos têm às vezes uma abstração útil [...]. (TUFTE, 1997:57)<sup>6</sup>

Os leitores podem, se assim desejarem, fazer um uso do infográfico como fazem de um dicionário ou enciclopédia, lendo somente aquilo que realmente precisam ou querem saber, mesmo que saibam que muito mais informações estejam disponíveis e ao seu alcance e assim, se quiserem podem continuar a leitura e aprender mais sobre o assunto em pauta.

O jornalismo gráfico combina palavras e imagens para apresentar ideias e informações de um maneira que não pode ser alcançada por textos ou ilustrações sozinhos. O melhor jornalismo gráfico ajuda os espectadores a entender – e visualizar – a informação. Ele dá idéias sobre o tema. E abre possibilidades de que o espectador encontre significados e interpretações além daquelas pretendidas pelos jornalistas. (STOVALL apud TEIXEIRA, 2007)<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> “Multiple, layered views exemplify the special power of diagrams, a capacity to show places or activities that we are unable to see directly from one fixed viewpoint in the real world. [...] By illustrating sequences of action and hidden views, the diagram outperforms eye or camera in exhibiting the procedure. Also, drawings sometimes have a useful abstracting [...]” Tradução livre da autora.

<sup>7</sup> “Graphics journalism combines words and images to present ideas and information in a way that cannot be accomplished by text or illustrations alone. The best graphics journalism helps viewers to understand – and picture - the information. It gives insights into the topic. And it opens up the possibility that viewers will find meanings and interpretation beyond those intended by the journalists.” Tradução livre da autora.

Considerando a afirmação acima, pode-se dizer que os infográficos presentes no webjornalismo estão ainda mais propensos a cumprir essa tarefa, na medida em que inserem a interatividade com o leitor. Interagindo ele irá encontrar sua própria forma de interpretar a matéria, essa interatividade abre possibilidades que o jornalista não poderia imaginar durante sua produção e para evitar interpretações erradas ele precisa estar muito atento a imparcialidade, objetividade e compromisso com a qualidade da informação contida no infográfico on-line.

Em alguns desses casos (como, por exemplo, o já citado infográfico sobre tráfico de drogas da revista *Superinteressante*), a preocupação do infografista deve ser maior, pois precisa criar uma maneira de passar a informação claramente sem que haja, necessariamente, uma linha narrativa para guiar a leitura. No jornalismo digital o espaço a ser ocupado pelos infográficos não precisa ser determinado como no jornalismo impresso, ele pode se desdobrar desde que o leitor esteja disposto a lê-lo.

Com essa maior possibilidade de espaço, o infografista precisa redobrar seus cuidados para não valorizar em demasia a parte artística e técnica (as imagens) e deixar de lado a pesquisa e apuração jornalística que contém a informação, a parte principal de um verdadeiro infográfico, por isso, não se deve confundir o trabalho de um infografista com arte. Elementos visuais que podem ser considerados como opcionais podem estar presentes na infografia a fim de tornar a informação mais clara e agradável de ser lida e também dar uma aparência mais caprichada e profissional, mas não devem ser exagerados para, justamente, não transferirem a atenção do leitor para elementos não essenciais da informação. Esse tipo de imagem pode estar presente em tabelas serem mapas, ilustrações, diagramas, etc que não são necessariamente infográficos por não contarem com todas as características de um. Já que um infográfico deve apresentar imagens e texto atrelados e todos os seus elementos devem ser essenciais, indispensáveis e equilibrados.

Pela técnica, um infográfico até se assemelha com arte, pois busca retratar a realidade e, em alguns casos, de maneira bastante realista se assemelhando à arte clássica, em relação ao seu conteúdo, no entanto, um infografista precisa ser o mais objetivo e imparcial possível para ser fiel a mensagem jornalística que deseja passar, um bom infografista sabe que a imparcialidade total não é possível e, por isso, deve se preocupar com isso e assim, tentar evitar ao máximo que sua participação seja notada. Totalmente diferente do que faz um artista ao produzir sua obra de arte, nela sempre há

uma mensagem claramente imparcial e subjetiva que deve levar a marca do seu produtor. A arte, em geral, não tem compromisso com transmitir uma informação verídica, seu público não busca a imparcialidade e veracidade como faz o público de uma publicação jornalística, mas sim a subjetividade do artista.

É o que se questiona em relação a forma como o trabalho de um infografista é ainda tratado em diversas redações. Ele podem produzir trabalhos que visualmente lembrem obras de arte, mas não devem se deixar iludir e levar por essa característica e assim produzir trabalhos que não sejam comprometidos com o jornalismo.

[...] inventar, em jornalismo, é motivo para demissão imediata. Por que, então, é tão comum a ficcionalização em infografia? Porque, em muitas redações, o gráfico não é considerado jornalismo: é considerado como “arte”. Algo que tem que ser lindo, antes que preciso e rigoroso. (CAIRO apud TEIXEIRA, 2010:76)

Podemos dizer, portanto, que este binômio imagem e texto – compreendido aqui em sentido amplo -, na infografia jornalística, exerce, por princípio, uma função explicativa e não apenas expositiva. O infográfico, enquanto discurso, deve passar uma informação de sentido completo, favorecendo a compreensão de algo, e nem imagem nem texto devem se sobressair a ponto de tornar um ou outro dispensável. O infográfico também não pode ser construído de maneira aleatória ou que privilegie a estética ou os recursos tecnológicos em detrimento da informação jornalística. (TEIXEIRA, 2010:34)

Em relação ao seu conteúdo, Tattiana Teixeira classifica os infográficos entre Enciclopédicos e Jornalísticos e, dentro dessas divisões, considera as subdivisões Independentes e Complementares, ela menciona ainda a subdivisão Reportagem Infográfica dentro do infográfico jornalístico independente.

Os infográficos enciclopédicos se assemelham muito, em conteúdo, ao que encontramos em livros didáticos, folhetos explicativos e nas enciclopédias e também em parte na forma de sua apresentação, já que esses livros também fazem uso desse tipo de recurso para melhor explicar seus conteúdos. Eles podem ser complementares à matéria, eles adicionam informação à reportagem. Essa informação é necessariamente ligada à matéria, mas pode apresentar uma informação intimamente interligada que não se encaixaria em outra reportagem, eles são específicos. Porém, eles podem também ser mais generalistas o que não tira, no entanto, o seu caráter complementar. Ele pode apresentar uma informação mais geral à matéria, mas ser igualmente necessário à mesma.

Já os infográficos enciclopédicos independentes não estão ligados a nenhuma reportagem formal, eles são a própria reportagem, não há a presença de um texto longo, mas somente o texto necessário para transmitir a mensagem em conjunto com as imagens e outros elementos que possam estar presentes em um infográfico. Existem alguns exemplos de infográficos que não fazem uso algum de texto e podem ser classificados como explicativos jornalísticos ou não. Esse tipo de infografia explica de forma bem simples como realizar determinadas atividades utilizando apenas ilustrações, Nigel Holmes realiza bem esse trabalho ao explicar, por exemplo, como realizar um auto exame de mamas<sup>8</sup>.

Esse tipo de infográfico está mais presente no webjornalismo, onde há mais espaço para produzi-los e em geral envolvem mais a divulgação de dados estatísticos e numéricos. Um infográfico independente em uma publicação impressa necessitaria ocupar o espaço limitado que ela dispõe. Na rede, entretanto, esse espaço pode se tornar infinito, pois na internet não há limitação de páginas ou caracteres.

A revista científica semanal *Galileu* produz bem esse tipo de infográficos, eles são publicados em seu site, são independentes, se apresentam como a própria reportagem, tem muitos dados estatísticos e quantitativos e exibem também os créditos, onde mostram quem fez a reportagem, demonstrando que houve seriedade e uma apuração jornalística (por mais que a narração demonstre um tom mais jocoso e divertido) da informação veiculada, já que o responsável pelo conteúdo é um repórter. Um bom exemplo é o infográfico sobre academias de ginástica: “O quanto se perde e se ganha nas academias”<sup>9</sup>.

Outra categoria proposta por Teixeira é a dos infográficos jornalísticos complementares que, assim como os enciclopédicos complementares, são um extra ao texto escrito da reportagem. Um bom exemplo para essa categoria é o já citado infográfico do jornal *Metro Rio* sobre o massacre da escola de Realengo (figura 4) que acompanha a notícia sobre o assunto, trazendo informações extras. Ele apresenta um conteúdo específico mesmo que traga informações, dentro do próprio infográfico, sobre outras tragédias similares em outros países.

---

<sup>8</sup> <http://www.nigelholmes.com/work/diagrams2.htm> (Acessado em: 27 de junho de 2010)

<sup>9</sup> <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI206097-17805,00-ANIMACAO+O+QUANTO+SE+PERDE+E+SE+GANHA+NAS+ACADEMIAS.html>.  
Acessado em: 29 de maio de 2010.

Na infografia jornalística complementar é mais difícil encontrar um infográfico com conteúdo generalista, pois o seu uso dentro do *hard news*, por exemplo, é mais pontual e direcionado para casos específicos e que, por isso, exigem especificidade.

Já o também já citado infográfico sobre o acidente do voo 447 da Air France se encaixa na categoria de infográfico jornalístico independente já que não vem acompanhado de nenhum texto formal para complementá-lo.

Independente da sua classificação os infográficos apresentam-se como uma fonte extra de informação dentro de matérias nas quais os jornalistas optaram por seu uso para complementar ou ser o meio de transmissão da informação. Diferente das simples ilustrações, um infográfico não deve ser um elemento dispensável na matéria já que ele traz consigo elementos extras ao texto que informam.

### **3.4. Infográficos no jornalismo científico**

Os manuscritos produzidos por Leonardo da Vinci no século XVI são considerados, por muitos autores, como os primeiros infográficos da história da imprensa (não necessariamente da imprensa jornalística) e eles retratam justamente temas científicos como o desenvolvimento do embrião humano dentro do útero e as proporções do corpo humano, por exemplo, mas também das inovações tecnológicas propostas pelo inventor. Sem considerar o fato de que da Vinci era, além de cientista, também um pintor, pode-se dizer que ele percebeu o importante papel das imagens, pois era através delas que se tinha a melhor forma de documentar aquele tipo de informação complexa, pois mesmo um leigo conseguiria compreender pelo menos alguma parte daquele assunto.

Os jornalistas que trabalham com o tema ciência encontram um problema no momento de produzir suas matérias: precisam saber como decodificar o discurso científico e transcreve-lo em uma linguagem acessível para o seu público que não tem familiaridade com os jargões e procedimentos científicos. Por mais que o seu público seja formado por pessoas com algum estudo, ele ainda é heterogêneo e formado por muitas pessoas que se interessam por ciência e tecnologia, mas não fazem parte desse universo e tem os mais variados tipos de formação. Eles trazem algum conhecimento de mundo na sua bagagem cultural, mas não necessariamente possuem conhecimento enciclopédico e específico sobre os assuntos científicos. Considera-se aqui as



publicações voltadas para o público leigo em geral e não publicações voltadas para a comunidade científica.

Além dos problemas citados acima, é característico do jornalismo, a necessidade de uma concisão e simplificação de toda a informação que o repórter tem disponível na hora de produzir seus textos. Isso pode ser um motivo de conflito entre os cientistas e pesquisadores e os jornalistas, pois enquanto os primeiros tendem a ser prolixos e ter bastante tempo disponível para a realização dos seus trabalhos, os últimos devem buscar ser objetivos e em geral tem um prazo curto para a produção da reportagem.

Assim, o desafio desses jornalistas é encontrar o ponto de equilíbrio entre esses dois discursos tão distintos. Essa tarefa de criar uma linguagem de fácil assimilação não é fácil, tarefa que se torna ainda mais difícil quando, na maioria dos casos, o jornalista tem que lidar com diversos dados estatísticos e conteúdo imagético.

Por causa disso, o jornalismo científico atual faz um uso massivo da infografia (também de fotografias, mapas, tabelas, gráficos, diagramas, etc), pois os jornalistas encontraram nela uma forma de conseguir explicar os pormenores que muitas das matérias desse ramo do jornalismo demandam. São informações que não podem ser passadas integralmente através de palavras. A infografia explica de maneira rápida, atraente e simplificada as complexas informações científicas para um público leigo, porém interessado e disposto a absorver essas informações que não lhe são familiares. Assim, a imagem se tornou uma ferramenta ideal, se não fundamental, para a divulgação do jornalismo científico contemporâneo, especialmente porque, como já citado, em muitos casos, a linguagem escrita se mostra insuficiente para explicar o conteúdo.

A infografia, segundo Calvo Hernando (1997), permite mostrar imagens não visíveis analogicamente (operações cirúrgicas, lesões), assim como causas, formas ou fases de desenvolvimento de um acontecimento, por exemplo, de um acidente aéreo ou tempestade. Às vezes, assegura Serra (1998) é tão importante quanto o texto da matéria no jornalismo científico. [...] a infografia tem como função “facilitar a comunicação, ampliar o potencial de compreensão pelos leitores, permitir uma visão geral dos acontecimentos e detalhar informações menos familiares ao público”. Para Velho (2001b, p. 3 e 7) a infografia é um elemento atraente capaz de transmitir “de maneira diferenciada e interessante, alguns detalhes importantes” do discurso científico. (SCHMITT, 2006:57)

O jornalismo científico lida com outro problema que é o distanciamento do seu público alvo (quando são publicações voltadas para o público comum e não para a comunidade científica) com o assunto tratado. Esse público não lida cotidianamente com a ciência de maneira mais aprofundada e nem está acostumada com seus jargões e temas mais complexos. Isso não significa, todavia, que esses leitores não tenham interesse nesses assuntos, a partir do momento em que eles se propõem a ler tal publicação é porque tem interesse no assunto científico. O jornalista precisa se preocupar em encontrar uma maneira de manter a atenção do leitor em um tema que, muitas vezes, não faz parte do seu universo e as imagens da infografia cumprem bem esse papel. A infografia, além de aumentar a qualidade da informação, ou da maneira de transmitir a informação, ela aproxima o leitor da ciência, fazendo com que ele se interesse nesses temas.

Ao mesmo tempo em que a infografia tem o potencial de aumentar a qualidade informativa dos temas científicos, ajuda o homem comum a superar seus temores em relação à ciência e a beneficiar-se do conhecimento científico, esclarecendo ou traduzindo jargões e conteúdos específicos da linguagem científica (SCHMITT, 2006:58)

As imagens sempre atraíram a atenção do ser humano, pois sua assimilação e compreensão é mais simples e imediata do que com o texto escrito formal. Publicações voltadas para um público mais popular e com menos anos de estudo apostam em fotografias e imagens grandes para atrair os seus leitores e transmitir boa parte da sua mensagem dessa forma, com um uso pequeno de parte escrita.

As imagens são elementos que se destacam naturalmente dentro de um bloco de texto ao criarem um momento de heterogeneidade visual. Um infográfico além de criar essa quebra ainda resume para o leitor o conteúdo da matéria, ajudando-o a compreender e decidir se está disposto a continuar a leitura de determinado conteúdo da matéria.

No jornalismo científico o uso de imagens e infografias funcionam também com esse intuito de atrair o público. O olhar é logo atraído para as imagens e se o leitor compreende aquela informação presente na infografia ele se sente interessado e capaz de compreender o que este contido no texto da matéria. Por isso, os infográficos não podem ser exagerados na informação visual nem mesmo textual para não assustar o seu leitor, eles devem funcionar como um bom cartão de visita capaz de atrair e manter a atenção do leitor na reportagem.

A infografia faz com que o leitor assimile as informações de uma maneira automática e assim, se aproxime da matéria, ela permite que o leitor perceba as pistas dadas pelo jornalista para a compreensão completa da informação.

No caso do jornalismo científico os infográfistas devem ser ainda mais cuidadosos, pois os temas tratados são, em geral, distantes do cotidiano do leitor e se não forem bem explicados podem assustar e fazer com que ele abandone a matéria por falta de familiaridade com o tema abordado. As imagens trazem, de alguma maneira, elementos familiares ao leitor e assim o aproximam do assunto científico de maneira mais simples e prazerosa.

A infografia desperta uma atenção diferenciada em relação ao texto. É um dos primeiros elementos vistos no jornal pela grande maioria dos leitores (MACHADO; PEREIRA, 2003; ILLUSTRATED, 2005). Segundo Moses (2001), os gráficos são vistos por 90% dos leitores, as fotos, por 75%, os títulos, por 56%; somente 13% dos leitores, leem totalmente as notícias no jornal impresso. Quando a notícia é acompanhada com elementos visuais, a chance de o leitor ler pelo menos uma porção do texto aumenta três vezes. (SCHMITT, 2006:58)

Além de facilitar a compreensão e possibilitar que o leitor permaneça focado na reportagem científica, os infográficos também ajudam o leitor a fixar melhor a informação. Ao ler uma informação contida em uma infografia o leitor é mais capaz de lembrá-la posteriormente. Nos infográficos on-line a interatividade acentua ainda mais essa característica de memorização da informação devido ao seu caráter multimídia e interativo. É mais fácil que o indivíduo aprenda ao fazer (no caso do infográfico, interagir) do que quando somente se assiste ou lê algo.

No que se refere à compreensão, os infográficos, juntamente com as fotos, melhoram a compreensão e aumentam o interesse dos leitores pelas notícias. Segundo estudo realizado pelo Poynter Institute, as notícias acompanhadas de fotos são mais atraentes, enquanto aquelas acompanhadas de infográficos permitem que os fatos sejam lembrados com mais facilidade. Quando ambos os elementos visuais acompanham a notícia, ocorre a máxima compreensão e interesse (MOSES, 2001). [...] Na Web, conforme estudo realizado pelo Eyetrack III, um projeto do Instituto Poynter, os infográficos em formato multimídia permitem que notícias, informações não familiares sobre processos e procedimentos sejam aprendidas mais eficientemente e lembradas mais corretamente, se comparadas à apresentação de um texto on-line (RECALL, 2004). No que se refere a tais benefícios, Sabbatini e Marciel (2005, p. 1) assinalam que os

infográficos multimídia interativos melhoram a compreensão do leitor/usuário “na medida em que criam modelos cognitivos e auxiliam na representação de fenômenos e processos dinâmicos (...) reduzindo a carga de manipulação mental.” (SCHMITT, 2006:59)

Considerando o universo do jornalismo científico, as fotografias não tem tanto espaço quanto os infográfico, pois, em diversos casos, elas podem, assim como os textos, fazer parte somente do universo científico e dificultar a compreensão do público já que, em geral, os leitores não tem familiaridade com esse tipo de imagem, elas não estão presentes no seu cotidiano. Um leitor pode não reconhecer facilmente uma foto de órgãos humanos ou imagens de uma molécula de DNA, por exemplo, mas é bem provável que compreendesse ilustrações que os representassem. As imagens de partes do corpo humano ou de moléculas como as do exemplo acima em geral só fazem parte do universo de quem estuda determinado assunto.

Além disso, o uso de imagens como essas podem causar até mesmo um choque no leitor que pode considera-las um pouco agressivas e assim elas podem causar desconforto em quem está lendo a matéria e não está acostumado a lidar com esse tipo de fotografias. Nem todos os leitores podem “ter estômago” para ver imagens como essas.

O conhecimento prévio desses leitores permite que eles saibam o que aquelas ilustrações representam, pois, provavelmente, já estiveram em contato com elas em algum momento. É bem menos provável que tenham tido contato com imagens de partes internas do corpo ou de organismos microscópicos. Essas imagens podem também ser agressivas para alguns leitores que não estão dispostos a ter contato com sangue, por exemplo.

Assim, dentro do jornalismo científico não há muito espaço para imagens meramente ilustrativas. Elas devem ser sempre escolhidas com cuidado, pois representam uma forma do leitor buscar informação e facilitar a sua compreensão da matéria.

Os infográficos podem até mesmo funcionar como um *lead* da matéria apresentando-a para o leitor e trazendo as informações principais que serão desenvolvidas na matéria. Mas no caso do infográfico eles podem funcionar, ao mesmo tempo como *leads* e como uma maior aprofundamento da matéria, pois são capazes de trazer informações complementares que o texto escrito formal não foi capaz de transmitir.

#### 4. OS DIFERENTES PROJETOS GRÁFICOS

Ao observar os jornais e revistas expostos em uma banca é fácil perceber as diferenças entre os projetos gráficos dessas publicações. Esses projetos variam principalmente de acordo com o público alvo, apresentando um design diferente de acordo com seus leitores, mas um elemento parece se repetir em todos eles: a presença de imagens na primeira página e, em geral, com um bom destaque, ocupando áreas “nobres”.

Desde a década de 50 com o surgimento, no Rio de Janeiro, do jornal *Última Hora* de Samuel Weiner, com um projeto gráfico feito pelo famoso diagramador paraguaio André Guevara, e a reforma gráfica do *Jornal do Brasil*, idealizada pelo designer Amílcar de Castro passou-se a utilizar imagens na primeira página desses jornais. No caso do *JB*, antes das mudanças, a primeira página era tomada pela matéria na íntegra e não por chamadas, como ocorre hoje em dia, outra prática do jornal era inserir classificados em sua primeira página, dando uma aparência pesada e pouco atrativa ao jornal.

Muitos anos antes disso, a revista *O Cruzeiro* (com primeira edição em 10 de novembro de 1928) já fazia uso de ilustrações em suas capas e edições e assim se tornou uma das principais publicações brasileiras do século XX. A revista foi a primeira a introduzir o fotojornalismo e reportagens fotográficas com duplas de repórter e fotógrafo. A mais famosa delas foi a formada por Jean Manzon e David Nasser que nas décadas de 40 e 50 fizeram diversas reportagens de grande repercussão. Uma delas foi a feita com o médium brasileiro Chico Xavier em agosto de 1944 que ocupou 10 páginas da edição em que foi publicada da revista.

Essa introdução de fotografias aconteceu para diferenciar essas publicações e dar uma aparência mais moderna a elas e assim atrair mais público. Em especial para o *Jornal do Brasil*, a reforma representou um marco na história do jornal, pois antes dela o *JB* estava em crise e com seu futuro ameaçado. A arrojada reforma gráfica conseguiu cumprir seu papel de recuperar o público leitor e, assim, evitar a iminente falência do jornal que conseguiu, inclusive, se manter ativo até hoje, mesmo que, atualmente, conte somente com uma versão on-line<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> <http://www.jb.com.br/>

Os projetos gráficos dos jornais e revistas procuram se adaptar as exigências do seu público e assim fazer com que mais leitores sintam-se interessados em lê-lo. As imagens sejam elas fotografias, ilustrações, infográficos, etc, se apresentaram como excelentes ferramentas na hora de atrair a atenção dos leitores, principalmente quando um jornal fica exposto numa banca de jornal tendo que disputar a atenção dos passantes com outras publicações, nesses casos o uso das imagens certas e nas proporções corretas pode representar uma vitória na hora de atrair leitores. Além disso, hoje em dia, é pouco provável que se encontre uma publicação que não utilize imagens na sua capa, elas se tornaram elementos quase intrínsecos ao jornalismo.

#### **4.1. Variações de acordo com o público alvo**

Uma publicação jornalística deve ter seu design gráfico especialmente desenvolvido para o seu para seu público alvo, assim como sua forma de redação deve ser adaptada para ele e seu conteúdo. Esse conjunto de fatores deve ser pensado de forma a agradar e manter o seu público comprando e lendo determinado jornal. As revistas não tem essa preocupação tão grande, pois normalmente suas capas são feitas de imagens que ocupam a totalidade do espaço e o texto é um complemento para explicar a matéria principal, pois, geralmente, as imagens não são autoexplicativas.

Nas últimas décadas, com o avanço das tecnologias de informática, as inovações gráficas e construção de uma identidade visual das publicações se tornou mais fácil e com isso elementos gráficos visuais passaram a ser mais utilizados e fazerem parte do cotidiano de leitores e jornalistas.

Os anos 90 marcaram em definitivo a informatização das redações, que no caso brasileiro já vinham ocorrendo desde a década anterior nos grandes centros urbanos. Dessa forma, aumentam as possibilidades de utilizar recursos gráficos-visuais, e os jornais se tornam, pelo menos no que tange ao uso das cores, cada vez mais parecidos com as revistas e a televisão, incluindo-se os mais conservadores nos novos padrões de apresentação visual (*O Globo* no Rio de Janeiro e *O Estado de S. Paulo* podem ser citados como exemplos). (FERREIRA JUNIOR,2003:78)

Essas mudanças deram uma aparência mais moderna as publicações que não podiam mais ignorar os avanços tecnológicos e a popularização do uso das imagens, em especial das fotografias em suas primeiras páginas. Afinal devem atrair a atenção do

leitor e atualmente, um jornal com capa que contenha somente massas de texto não vão passar uma boa imagem e assim o leitor não irá se sentir atraído.

Ao fazer uso desses recursos gráficos, no entanto, os jornais devem ter cuidado para não transformar as suas primeiras páginas em simples vitrines de imagens sem significados para seu conteúdo e linha editorial. Elas devem sim ser utilizadas, mas de modo que tragam informações logo no primeiro contato que o leitor tem com a publicação.

Pensarmos no jornalismo como a arte e a ciência de fazer mapas nos ajuda a entender que proporção e compreensão são palavras chave da exatidão. Isso vai além da simples matéria. Uma primeira página ou um noticiário de televisão que são divertidos e interessantes, mas não contém nada significativo, pelo menos num nível razoável, são distorções. [...] É óbvio que os limites de espaço e recursos significam que os jornalistas não podem cobrir tudo. Ainda assim, como cidadãos, fazemos as seguintes perguntas: podemos ver a comunidade inteira no jornal ou noticiário de TV? Eu me vejo nessa cobertura? A primeira página ou a matéria principal do noticiário de TV inclui uma mistura equilibrada do que a maioria das pessoas consideraria ou interessante ou significativa? (KOVACH & ROSENTIEL, 2004:249)

Mas a primeira capa não deve somente atrair o leitor, elas devem estar de acordo com o seu público alvo, assim como todo o resto da publicação, mas a primeira capa, em especial, tem um papel importante, se não fundamental, na hora de atrair a atenção do leitor e formar a identidade do jornal. Publicações mais populares tendem a fazer um uso muito mais intenso de imagens e ocupando grande parte do espaço da primeira capa do que as publicações voltadas para um público diferente e considerado menos popular (especialmente em relação a escolaridade).

Publicações populares (como, por exemplo, os jornais *Meia Hora* e *Expresso*) tem um público alvo composto, em geral, por pessoas com menos anos de estudos e geralmente menos dispostas a ler grandes massas de texto e por isso as imagens, nesses casos, representa muito.

Assim, a primeira página desses jornais, apresenta imagens grandes e ocupando um espaço muito maior do que o ocupado pelos textos, um espaço que já não é tão grande, já que boa parte desses jornais são em formato tablóide, como os citados acima, e apresentam um espaço menor do que os tipo *standart*.

As imagens são, em muitos casos, a própria informação, trazem consigo somente uma grande manchete que, às vezes, parecem legendas para as imagens. O uso de cores

é também um recurso utilizado nesses jornais, em conjunto com fontes de grande tamanho e também com cores fortes e vibrantes para que de longe possam ser lidas e assim atrair a atenção do leitor mesmo de certa distância, sendo mais visíveis que outras publicações que possam estar expostas na banca de jornal.

Esse tipo de recurso fundamental nesse tipo de publicação, pois lida com um público que é carente de leitura e assim está mais acostumado a interpretar as imagens que as palavras, esse público também dispõe de pouco tempo para a leitura de jornais. Por isso, o uso massivo de imagens é importante, principalmente economicamente, pois é o que faz com que os leitores comprem o jornal.

Mas isso, no entanto, não quer dizer que essas imagens não tem um valor informativo, em muitos casos elas trazem a informação para os leitores que valorizam a imagem e buscam nelas as informações. O seu público não é formado por leitores com muitos anos de estudo, mas isso não quer dizer que ele não busque informações que sejam úteis de alguma forma, apesar desses jornais terem um grande apelo sensacionalista, eles também trazem conteúdo pertinente com seus leitores.

Esse tom sensacionalista se dá em especial ao caráter emotivo e com a divulgação de sentimentos partilhados (geralmente de revolta com matérias de tragédia que dão à essas publicações um tom ainda maior de sensacionalismo) entre o jornal e os leitores que as matérias trazem, essa é uma das formas de aproximar-se dos leitores. O uso de imagens facilita essa aproximação, pois elas representam, muitas vezes, essas sensações de uma maneira mais fiel que o texto formal. As imagens estão muito mais presentes no dia a dia desses leitores que os textos escritos formais.

Essa preocupação com o conteúdo é fundamental, pois se o jornal não traz temas pertinentes com sua realidade ele afastará seu público. Esse leitor busca no jornal uma maneira de se entreter no caminho até o trabalho ao mesmo tempo em que se mantém informado, por isso é importante que haja a utilização de fotos coloridas, ilustrações, curiosidades e matérias que, em conjunto com a linguagem popular, despertem o interesse pela leitura, um hábito que nem sempre faz parte do cotidiano desses leitores.

É também comum que esses jornais utilizem manchetes grandes sem fotos que em conjunto com as fotos de outras matérias, as cores e disposição das imagens na primeira página atraem o olhar do leitor dentre as outras publicações que possam estar expostas na banca de jornal.



Aparentemente há uma confusão de elementos, mas que não atrapalham a leitura das manchetes, mas sim encaminham o olhar do leitor para as matérias principais e em seguida para aquelas que são consideradas menos importantes.

Figura 5: Capa do jornal *Meia Hora* de 27/05/2011



Fonte: Jornal *Meia Hora* (27 de maio de 2011). Disponível em <http://one.meiahora.com/public/uploads/printcovers/270520111.pdf> Acessado em: 12 de junho de 2011. Original colorido.

O exemplo acima conta com os elementos já citados como forma de atrair o leitor. Com o uso de uma linguagem popular, a manchete fala de um assunto que é complementado pela imagem criada especialmente para estar na primeira capa do

jornal. Esse público, por não ter o hábito da leitura, precisa ser seduzido diariamente o que representa um desafio para quem produz esses jornais.

A capa tem a função de impactar o leitor e assim promover a demanda do consumo do jornal, no caso desse tipo de público a atração pela primeira capa é fundamental, já que a maior parte da compra desses jornais é feita nas bancas.

Segundo José Ferreira Junior esse tipo de publicação se encaixa em um modelo de primeira página que se assemelham bastante com cartazes.

Visualizando-se as capas dos jornais, esboça-se a caracterização de dois tipos de páginas: uma mais ordenada, com uma distribuição equilibrada do texto verbal e dos recursos visuais, e outra mais orgânica, na qual às vezes somente um (ou pouco mais de um) elemento gráfico toma conta da página, assemelha-se aos cartazes. (FERREIRA JUNIOR, 2003:79)

As publicações menos populares se apresentam como as do primeiro tipo sugerido por Ferreira Junior, com uma distribuição mais ordenada das imagens e equilíbrio entre elas e o texto da primeira página.

Esses jornais devem ter elementos que atraiam na primeira página, mas não tanto quanto os jornais populares, pois eles já tem um público que pode ser considerado fiel (muitos são até mesmo assinantes). Mas eles devem se preocupar com os elementos gráficos visuais da primeira página para manter a identidade visual com a qual o seus leitores já estão acostumados. Imagens usadas de maneira errada causam repulsa por parte desse público leitor, como foi o caso da já citada fotografia publicada de uma criança morta na tragédia da escola de Realengo (anexo 1).

As imagens nesses jornais ocupam espaços consideráveis e importantes da página, mas são equilibradas com o texto. Nesses tipos de publicação há uma presença de textos consideravelmente grandes para introduzir a notícia. Mesmo sendo utilizadas de maneira mais contida, as fotografias representam muito também nesses jornais. Uma primeira capa sem fotografias é algo praticamente inimaginável atualmente.

Existem jornais voltados para um público alvo com mais anos de estudo que apresentam capas com imagens enormes e pouquíssimo texto, mas nesse caso são assim por uma opção de apresentar um projeto gráfico diferente e mais inovador do que simplesmente para atrair o público através das imagens. O público, nesse caso, se sente atraído pela proposta do jornal, como é o caso, por exemplo, do *Jornal da Tarde* de São Paulo que apresenta uma nova linguagem gráfica arrojada e diferente da maioria dos

outros jornais voltados para o mesmo público alvo. Um bom exemplo foi a capa que noticiou a morte do músico Tom Jobim em 9 de dezembro de 1994. Ela apresentava uma enorme fotografia do músico com a manchete (ou legenda) “O Brasil perde o Tom”. Assim como é comum nos jornais mais populares, o *Jornal da Tarde* fez uma brincadeira com palavras para criar uma manchete com dupla interpretação, mas com um tom sério, nos jornais populares esse duplo sentido tende a se apresentar com algum tom de comicidade.

**Figura 6: Capa do *Jornal da Tarde* de 9 de dezembro de 1994**



Fonte: <http://www.pontodevista.jor.br/blog/jobim1.jpg>. Acessado em 12 de junho de 2011.

Independente do público alvo que tenha um jornal é fundamental, atualmente, que ele apresente imagens em sua primeira página, já que eles cumprem a função de serem um primeiro elemento de atração do leitor.

Entre as *descobertas*, o fato de fotos grandes (três colunas ou mais) e elementos gráficos/arte chamarem mais a atenção do leitor do que as notícias e reportagens – mesmo quando impressos em preto e branco – sendo, geralmente, o ponto de entrada nestas páginas. Além disso, os elementos visuais determinam o caminho de leitura adotado pelo público. Se um elemento é grande e em cores, não importa onde esteja na página, o leitor será atraído inicialmente por ele e nem sempre será atraído para a leitura dos textos que o acompanham. (TEXEIRA, 2010:21)

## 4.2. Publicações voltadas para o público infantil

Uma publicação que é voltada para o público infantil também deve ter seu projeto gráfico bem desenvolvido para seus leitores. Especialmente pelo fato de se tratar de um público que ainda está se acostumando com o hábito da leitura e que ainda busca boa parte da sua informação através das imagens que já estão mais acostumados a interpretar. Ao mesmo tempo deve-se tomar o cuidado para não tratar as crianças como indivíduos sem capacidade de compreender algumas informações mais complexas, o conteúdo só precisa ser transmitido da maneira correta para que sejam compreendidas pelo seu público, ainda que ela ainda não tenha tido muitos anos de estudo. Essas publicações devem servir para ajudar a elas adquirirem conteúdo.

Assim como nas publicações de cunho mais popular, as publicações infantis precisam ter imagens para atrair o seu público. Elas fazem com que os leitores se interessem pela matéria, mas também fazem com que ela fique melhor distribuída na página que não deve contar só com textos. Primeiro porque crianças não tendem a se manter atentas a textos demasiadamente longos e também porque elas buscam parte da informação nas imagens. Principalmente a informação inicial de sobre o que se trata a matéria.

O interesse do público infantil é despertado principalmente pela temática da reportagem, mas se ela for apresentada de maneira equivocada não será um objeto de atenção das crianças. A temática deve ser escolhida de maneira responsável por se tratar de um público com opinião ainda em formação e devem cumprir um papel educacional. Principalmente pelo fato de muitas dessas publicações servirem como material extra didático em diversas escolas do país. Assim, essa se torna mais uma razão para que o cuidado com o projeto gráfico seja ainda maior para que o público infantil não receba informações erradas, mesmo que através das imagens.

Na elaboração do texto de um suplemento infantil, há algumas diferenciações com o texto do jornal “adulto” que não podem passar despercebidas. Torquato (2001, p. 39) enumera a produção do *lead* como uma das preocupações centrais para um bom e eficiente jornal infantil, no qual se deve destacar o que houve de mais significativo à criança. Ao mesmo tempo, o jornal deve valorizar a visibilidade, porque um jornal primeiramente é visto, antes de ser lido. Segundo Freinet (1974, p. 30), as crianças se interessam pelos jornais sobretudo se eles são ilustrados e coloridos. Assim, linguagem visual torna-se extremamente importante. “As fotos e ilustrações ajudam a visualizar melhor essas imagens [que as palavras estão descrevendo] e assimilar

mais rapidamente o que estamos lendo. Além disso, deixam as páginas muito mais bonitas e agradáveis” (MAGGIO, 1998, p. 63). (FERREIRA, 2007)<sup>11</sup>

A revista *Ciência Hoje das Crianças* é um bom exemplo de publicação voltada para o público infantil. A revista, único meio de divulgação científica para crianças no Brasil, é distribuída, pelo FNDE, em mais de 100 mil escolas públicas de todo o Brasil. Por isso, a revista é desenvolvida com cuidado para que atenda a demanda pedagógica das escolas que muitas vezes já são carentes de material extra didático e usam a revista como única fonte alternativa aos livros.

**Figura 7: Capa da revista *Ciência Hoje das Crianças* edição 209**



Fonte: Revista *Ciência Hoje das Crianças*. Original em cores

A capa acima demonstra como as ilustrações podem ao mesmo tempo atrair e informar os leitores. Apesar de se apresentar de maneira lúdica e pouco fiel (em se tratando de escalas, por exemplo) a imagem traz um pouco para os seus leitores o que é o pré-sal através de elementos que representam um pouco do que se encontra no lugar,

<sup>11</sup> Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0769-1.pdf> acessado em 03 de julho de 2011.

assim como diz a chamada de capa. As imagens, assim como o texto, devem utilizar uma linguagem adequada ao seu público leitor.

As imagens também tem um papel importante na parte lúdica dessas revistas. Essas seções podem não ser consideradas informativas

Entretanto, é inegável que estes jornais não podem negligenciar o lúdico e a diversão, que caracterizam a infância, e a participação efetiva de crianças, tanto na produção quanto na prática do jornalismo infantil. Esta defesa está concatenada com a proposta de comunicação educativa, de Mario Kaplún (apud Melo, 2006), segundo a qual se deve instruir os receptores para que sejam emissores, constituindo uma comunicação participativa e dialógica para formar cidadãos críticos, ativos e criativos, frente à oferta midiática. (FERREIRA, 2007)<sup>12</sup>

O projeto gráfico, portanto, deve ser tão bem desenvolvido quanto a forma de redação para que o público infantil consiga se informar, entreter e se manter interessado diante das publicações.

---

<sup>12</sup> Ibidem

## 5. CONCLUSÃO

Apesar de se perceber a importância das imagens para o jornalismo contemporâneo, ainda há muitas pesquisas a serem feitas na área para se tornar essa ferramenta ainda mais potente para a transmissão de informações,

Não é difícil perceber que as imagens, atualmente, estão bastantes presentes no cotidiano da maioria das pessoas, ao redor do mundo. Elas sempre cumpriram um papel importante, foram a primeira forma encontrada pelo homem para deixar registrado o seu conhecimento e cotidiano, através dos desenhos rupestres nas paredes das cavernas. As imagens se tornaram, assim, a primeira forma de comunicação impressa da história da humanidade e se tornaram uma maneira universal de se comunicar.

No jornalismo, a história não seguiu um rumo diferente. Assim que se tornou tecnicamente possível, passou-se fazer um uso massivo de imagens nessas publicações. Fossem elas fotografias, ilustrações ou mesmo infográficos.

As ilustrações, em muitos casos, serviam somente de adorno e não traziam consigo muita carga informacional e eram mais uma tática para atrair a atenção dos leitores pela beleza. Como, por exemplo, em certos livros em que até mesmo a letra inicial era adornada para valorizar a obra através também da estética.

Já as fotografias passaram a ser introduzidas com o intuito de mostrar para os leitores a realidade de uma outra forma que não fosse somente a textual. As fotografias serviam como uma prova de que determinado fato realmente havia acontecido, pois as fotos, diferentemente das pinturas, somente eram possíveis de serem feitas a partir de uma cena real, mesmo que mais tarde se discutisse a veracidade da cena, mas o fato é que a foto era de algo que havia acontecido mesmo que fosse uma cena montada.

A partir dessa necessidade de mostrar o fato é que surgiram as primeiras reportagens fotográficas que retratavam guerras. Nesse ponto, o trabalho de Roger Fenton pode ser destacado, pois o fotógrafo foi o primeiro a conseguir registrar de maneira fiel os horrores que um conflito bélico pode causar. A partir disso, a fotografia passou a cumprir, entre outros, o papel de denúncia, e dentro do jornalismo esse fator é fundamental.

As fotografias além de serem informativas, em muitos casos, elas cumprem principalmente o papel de legitimadoras de que determinado fato realmente aconteceu estando ou não inseridas em um contexto jornalístico.

Sem as imagens para provar determinado acontecimento, muitas vezes, há, por parte dos leitores, uma suspeita se aquilo realmente ocorreu. Como aconteceu com o caso da morte de Osama Bin Laden. A preocupação do governo americano em decidir se divulgava ou não fotos do acontecimento demonstra a preocupação que há com a legitimação do fato através das fotografias. Muitas vezes, no entanto, as imagens são usadas sem um propósito verdadeiramente jornalístico, mas sim de sensacionalismo para simplesmente atrair o leitor para determinada publicação.

Enquanto as fotografias cumprem o papel de legitimadoras dentro do jornalismo e até mesmo fora dele, os infográficos tem uma função mais informativa. Com o conjunto de fotografias, ilustrações e texto (esse último elemento, pode estar ausente em alguns casos), os infográficos são trabalhados para transmitirem informações que seriam complicadas de serem veiculadas somente através do texto escrito formal. Elas aproximam o leitor de assuntos que muitas vezes ele não tem familiaridade, como é o caso do jornalismo científico. Ao usar imagens, o jornalista traz elementos do cotidiano do seu público para uma matéria que muitas vezes é distante do dia-a-dia dos leitores e, assim, torna essa reportagem mais simples de ser compreendida ao mesmo tempo que a torna mais atrativa.

A infografia é uma maneira inteligente de se explicar determinadas informações. Em muitos casos, o próprio infográfico pode ser, sem a presença de texto formal, a própria matéria. Mesmo fora do jornalismo a infografia é bastante utilizada, especialmente para explicar o funcionamento de determinado aparelho ou como realizar alguma ação, em casos como esses, o uso de texto pode ser totalmente dispensado.

Assim, os infográficos se tornam uma poderosa ferramenta para a difusão de informações de maneira simples e efetiva e que, assim, apresenta menor possibilidade de passar informações ambíguas, parciais ou excessivamente prolixas e subjetiva.

As imagens são uma maneira universal de comunicação, não exigem que o espectador saiba determinada língua para compreender a mensagem, não exige nem mesmo que o indivíduo saiba ler. Certas imagens se tornaram icônicas e são facilmente “lidas” por qualquer pessoa, independente de sua língua natal ou grau de escolaridade, como, por exemplo, o desenho de um coração ou uma imagem com um X na frente indicando proibição.

As imagens tem um papel importante no jornalismo atual e no cotidiano da maioria das pessoas. Elas são fonte de informação essencial em muitos ramos do jornalismo e especialmente no jornalismo científico que se especializou no seu uso. Mas



também são uma forma de aproximação dos jornais com seu público alvo ao trazer elementos com os quais os leitores estão acostumados para o jornalismo. Dessa forma, as imagens podem até mesmo exercer o papel de criar mais leitores se tornando ainda mais importantes para a imprensa.

## BIBLIOGRAFIA

CAIRO, Alberto. *Infografía 2.0* visualización interactiva de información em prensa. Madri: Alamut, 2008

COELLO, José Manuel de Pablos, *Siempre ha habido infografía. Madri, 1997.*

FERREIRA, Mayra Fernanda. *Jornalismo Infantil: por uma prática educativa.* Santos, 2007.

GURAN, Milton. *Linguagem fotográfica e informação.* 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 1999.

JUNIOR, José Ferreira, *Capas de jornal: A primeira imagem e o espaço gráfico visual.* São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir.* 2ª ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

QUADROS, Itanel. *História e atualidade da infografia no jornalismo impresso.* Rio de Janeiro, 2005

RANGEL, Michelle Martins de Mattos. *Construção do público leitor em tablóides do Rio de Janeiro.*

RINALDI, Mayara. *O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro – estudo da revista Superinteressante.* Passo Fundo, 2007

TUFTE, Edward R. *Visual Explanations – Images and Quantities, Evidence and Narrative.* 2ª ed. USA: Graphic Press, 1997

SCHMITT, Valdenise. *A infografia jornalística na ciência e tecnologia: um experimento com estudantes de jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.* Florianópolis, 2006.

SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. *Ensaaios sobre fotografia*. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

TUFTE, Edward R. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1963

TEIXEIRA, Teixeira. *A presença da infografia no jornalismo brasileiro – proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso*. Salvador, 2007.

TEIXEIRA, Teixeira. *Infografia e Jornalismo: conceitos, análises e perspectivas*. Salvador: Edufba, 2010.

TEIXEIRA, Teixeira; RINALDI, Mayara. *Promessas para o futuro: as características do infográfico no ciberjornalismo a partir de um estudo exploratório*. São Paulo, 2008.

ANEXO 1:



Fonte: Jornal *O Globo*, edição de 7 de abril de 2011. Original em cores.